

TELEMUNDO

Opinan sobre el mayor melodrama producido por la cinematografía mexicana: 20 años de NO taquilla

¿Cómo resolver el problema de la NO taquilla del cine nacional?

PRIMERA REVISTA ESPECIALIZADA PARA PROFESIONALES DEL CINE, EL VIDEO Y LA TELEVISION



Entrevista Exclusiva con **María Rojo**

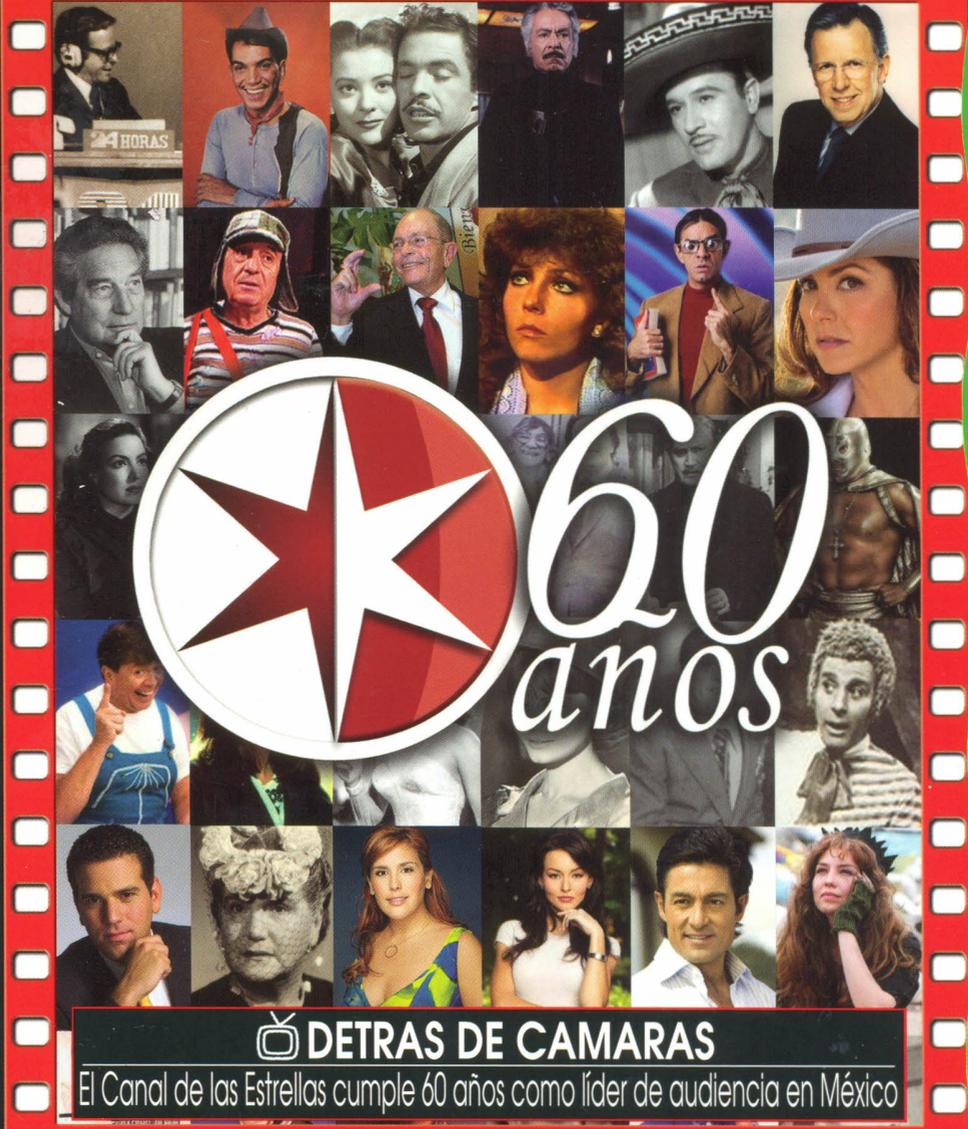
'Me gusta ser actriz y también dedicar mi tiempo a la política'

Sondeo entre publicistas

¿Cómo han cambiado las redes sociales, como Twitter y Facebook, a la publicidad mexicana?

Informes Especiales

- Lo nuevo de Sony 2011
- TriCaster de NewTek
- 4 switchers Panasonic



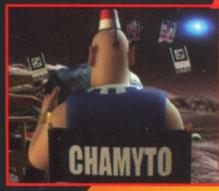
60 años

DETRAS DE CAMARAS

El Canal de las Estrellas cumple 60 años como líder de audiencia en México

Sección **2011 WTC México** EXPO CINE VIDEO TELEVISION PANTALLA PROFESIONAL
del martes 14 al viernes 17 de Junio

- TuraEscaleras • VizRT para redes sociales
- Línea BlackMagic • Leds Rosco
- Bshoponline.com • Estuches Pelican
- Leds Fluo-Tec Studio 450



Animación y Postproducción
Cluster Nominado en Pantalla de Cristal por anuncio de Chamyto



Reporte Imcine: Hasta 60% de las películas mexicanas se venden en mercados piratas

Año 20, N° 119 jun/jul 2011

**Director General
y Editor**

José Antonio Fernández Fernández
joseantonio@canal100.com.mx
twitter: @joseantoniofer

Coordinadora de Edición y Diseño

Lucrecia Suyín Méndez González
lucrecia@canal100.com.mx

Colaboración Especial

Guillermo Montemayor G.

Consultor de Nuevas Tecnologías

Rodrigo Gutiérrez Fernández
rodrigo@canal100.com.mx

Colaboradores, Articulista y Reporteros

Humberto Aguinaga, Juan Manuel Borbolla, Álvaro Cueva,
Javier Esteinou, Juan Farre, Fátima Fernández,
Jerónimo Fernández Casillas, Nicolás Fernández Casillas,
Leonardo García Tsao, Goverra, Carlos Gómez Chico,
Adriana Nolasco, Juan Ibarquengoitia, Susana Jaliffe, Manolo,
Benjamín Méndez, Enrique Quintero, Florence Toussaint.

Coordinadora Administrativa

Socorro García Bonilla
socorro@canal100.com.mx

**Coordinador Distribución,
Tráfico y Archivo**

Víctor Manuel Mendoza Paredes
victor@canal100.com.mx

**Coordinadora de Eventos y
Desarrollo de Diseño**

Patricia D. Morales Hernández
patricia@canal100.com.mx

**Asistente de Información Editorial
y Suscripciones**

Adriana Piñas Barrera
adriana@canal100.com.mx

Asistente Distribución, Tráfico y Archivo
Martín Rogelio Anzures Pérez

Fotografía

Víctor Manuel Mendoza Paredes y
Rocío Magaña

Negativos: Graphic Solution

Telemundo, Primera Revista especializada para Profesionales del cine, el video y la televisión, es una publicación de Creatividad en Imagen, S.A. de C.V. Tiraje: 9 mil ejemplares. Precio por ejemplar \$40.00 M.N. Registro ante la Dirección General de Derechos de Autor N° 184-92. Certificado de Licitud de Título N° 6158 y Certificado de Licitud de Contenido N° 4731, otorgados por la Comisión Calificadora de Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Publicación periódica, Permiso Provisional autorizado por SEPOMEX PP09-0106 Derechos Reservados. No se devuelven materiales. Los anuncios son responsabilidad de la compañía que los firma. Impreso en MBM Impresora, Mirador 77, Tepepan. Domicilio Revista Telemundo: Calle Plutón Mz. E Lt. 3 PH, Col. Media Luna, Coyoacán C.P. 04737, México, D.F.

Publicidad y Suscripciones

Tel.: 5528 6050 Fax: 5528 8631 canal100@canal100.com.mx

La Revista Telemundo **no** acepta Publi-reportajes.

Nuestra búsqueda constante es ofrecer contenidos de vanguardia a nuestros lectores.

Reporte | Incine: Hasta 60% de las películas mexicanas se venden en mercados piratas Pág. 50

Hombres y Mujeres en Primer Plano pág. 34

¿Cómo vencer 20 años de no taquilla del cine mexicano? pág. 38

4	Editorial	No, ¡así no!
6	Pantallas y Comercialización	Decidir en dónde Bshoponline.com, Intercomunicación
8	Expo	ClearCom, CámaraHD Grass Valley
14	Entrevista	María Rojo
22	Información Estratégica	Surgen por primera ocasión...
24	Informe Especial	Lo nuevo de Sony 2011
32	La Colección de Leonardo García Tsao	Diez mejores películas de Fritz Lang
44	Nuevas Tecnologías	Ojo técnico y Ojo humano
54	Animación y Postproducción	Cluster Nominado en Pantalla de Cr... por anuncio de Chamyto
58	Informe Especial	Tricaster de NewTek
60	Informe Especial	4 Switchers Panasonic
64	Noticias, Sugerencias, Consejos y...	Gabriela Warkentin: opina de televisión cine mexicano, noticieros...
68	Detrás de Cámaras	El Canal de las Estrellas cumple 60 años como líder de audiencia en México
70	Sondeo de Opinión	¿Cómo han cambiado las redes sociales como Twitter y Facebook la publicidad mexicana?
74	Hombres y Mujeres	¿Qué hacer con Carlos Slim?
76	TV Cantropus	por Goverra



Compromisos comunicativos o “voto nulo”

Los desafíos de la comunicación por el Dr. Javier Esteinou Madrid (jesteinou@gmail.com)

(Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.)

A diferencia del *Estado-nación* que pretendió durante el siglo XX tutelar las garantías culturales e informativas fundamentales de la población, especialmente después del triunfo de la Revolución Mexicana de 1917; con la maduración de la *Cuarta República Mediática* en México a principios del siglo XXI, cristalizó en el terreno político, cultural, comunicativo y espiritual del país el *Estado Padrastro Comunicativo*. Dicho Estado se caracterizó por abandonar su función rectora y protectora de los derechos, necesidades y patrimonio comunicativo básico de los grandes grupos de la sociedad mexicana, para convertirse, cada vez más, en una simple figura administrativa, formal, burocrática, decorativa o hasta mítica, al servicio de la defensa de los intereses de los grandes monopolios de la información.

Así, el *Estado Padrastro* abandonó su responsabilidad de poder rector que significaba la representación de la voluntad del pueblo para atender los requerimientos comunicativos prioritarios de los ciudadanos y se transformó en una mera pieza funcional para operar la realización de los fines del gran capital y otorgarle todos los privilegios legales, tecnológicos, políticos y culturales a los oligopolios de la difusión nacional.

De esta forma, el *Estado Padrastro* en México no fijó límites y contrapesos a los poderes fácticos informativos; se convirtió en una instancia subordinada, que creó las políticas públicas para el beneficio privado de los oligopolios informativos; entregó la conducción comunicativa del país a la voluntad de las fuerzas del “mercado salvaje”; evitó la competencia informativa; fomentó el “modelo de comunicación bárbara”; impidió la protección de los medios comunitarios, evadió la defensa de los periodistas, evitó la existencia de un nuevo marco

normativo de la comunicación colectiva, no creó las condiciones para que se diera la transición comunicativa a la democracia, sino permitió su profundo retroceso al fomentar la súper concentración, el hermetismo, la discrecionalidad, la verticalidad informativa y la anti pluralidad comunicativa de la población, etc. sin las cuales una sociedad no puede vivir en paz y armonía.

Es por ello que para cambiar el panorama comunicativo en el que se encuentra paralizada la sociedad mexicana a principios de la segunda década del siglo XXI, hoy en tiempos electorales los ciudadanos debemos exigirle a los candidatos que compiten por puestos de representación popular, que firmen por lo menos 10 acuerdos mínimos para la democratización comunicativa del país, en caso de que lleguen al poder. Dichos compromisos deben estar respaldados con garantías notariales y políticas en el sentido que de no cumplirse un año después del inicio de su mandato, dichos funcionarios tendrán que renunciar a su responsabilidad pública por ser incompetentes. Entre los mínimos comunicativos deberá estar contemplada la realización de las garantías básicas que plantea la Constitución Política Mexicana como son el ejercicio del Derecho de Réplica, del Derecho a la Información, del Derecho a la Transparencia Comunicativa y del Derecho a la Comunicación Social, etc.

En caso de que los candidatos aspirantes a puestos de representación colectiva no firmen tales acuerdos civiles mínimos en el terreno de la comunicación, los ciudadanos debemos aplicar el recurso de la resistencia civil en los diversos ámbitos de la vida social. Una de las formas centrales más importantes para ejercer la resistencia social civilizada en las coyunturas electorales, será promover el “voto nulo” como una forma de rechazo y deslegitimación de toda la clase política por no representar las necesidades comunicativas fundamentales de la población. Esta acción ciudadana desnudará la actitud prepotente e irresponsable de los partidos políticos al evidenciar su falta de compromiso para respetar los derechos comunicativos básicos de la sociedad mexicana ■