

TELEMUNDO



Jaime Prieto: 'En Corona se dieron cuenta de que su marca es tan importante como Rolex o Mercedes'

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



Entrevista Exclusiva con Carlos Alazraki

'Estoy triste porque no me contrató Madrazo, pero tengo lista la campaña para que le gane a AMLO'

 Sondeo entre publicistas
• ¿Por qué tiene éxito la campaña de AMLO?

 Informes Especiales
• Cámara XDCAM HD de Sony
• IconMaster de Harris-Leitch
• Cámaras Panasonic HD



PREPARÁNDONOS RUMBO A ALEMANIA 2006



DETRAS DE CAMARAS

Lowe posiciona a Sol con una campaña que se adueña del sol y del fútbol

 Sección
del martes 8 al viernes 11 de Agosto
WTC 2006 MEXICO EXPO CINE VIDEO TELEVISION EQUIPO PROFESIONAL



Animación y Postproducción
Imágica
hace
Suavelastic Max

Matrices Platinum Harris-Leitch
TViX Media Center / Estabilizador Easy Rig
Baterías Hytron 100 de Anton Bauer



Año 15, N° 88 abr/may 2006

**Director General
y Editor**

José Antonio Fernández F.
joseantonio@canal100.com.mx

Coordinadora de Edición y Diseño
Lucrecia Suyín Méndez González
lucrecia@canal100.com.mx

Colaboraciones Especiales
Guillermo Montemayor G.,
Martha Ramírez, José Rodríguez

Consultor de Nuevas Tecnologías
Rodrigo Gutiérrez Fernández
rodrigo@canal100.com.mx

Colaboradores
Humberto Aguinaga, Javier Esteinou, Juan Farre,
Fátima Fernández, Leonardo García Tsao,
Goverra, Carlos Gómez Chico, Adriana Nolasco,
Juan Ibarquengoitia, Susana Jaliffe, Manolo,
Benjamín Méndez, Enrique Quintero,
Luis Felipe Tejeda, Florence Toussaint.

Coordinadora Administrativa
Socorro García Bonilla
socorro@canal100.com.mx

Coordinador Distribución, Tráfico y Archivo
Victor Manuel Mendoza Paredes
Distribución, Tráfico y Archivo
Fernando Navarrete López

Coordinadora de Suscripciones y Eventos
Ivonne Vazquez Miranda
ivonne@canal100.com.mx

Asistente de Diseño
Patricia D. Morales Hernández
patricia@canal100.com.mx

Fotografía
Rocío Magaña y Ana Vargas

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 \$25.00 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.

Investigación: La nueva Ley cambia el modelo de desarrollo de la televisión mexicana Pág. 52

Hombres y Mujeres en Primer Plano pág. 32

Entrevista con **Jaime Prieto** pág. 36

4	Editorial	Millones
6	Pantallas y Comercialización	Negocios y televisión...
8	Expo	Hytron 100 de Anton Bauer TViX Media Center...
14	Entrevista	Carlos Alazraki
22	Información Estratégica	Deben ser mucho más precisas...
24	Informe Especial	Cámara XDCAM HD de Sony
42	La Colección de Leonardo García Tsao	Diez mejores películas de Bergman ...
44	Nuevas Tecnologías	MVNOs : nuevos jugadores, nuevas oportunidades
56	Animación y Postproducción	Imágica hace Suavelastic Max
58	Informe Especial	IconMaster de Harris/Leitch
64	Informe Especial	Cámaras Panasonic HD
68	Noticias, Sugerencias, Consejos y...	Talleres en la Expo Cine Video Televisión
70	Detrás de Cámaras	Lowe posiciona a Sol con una campaña que se adueña del sol y del fútbol
72	Sondeo de Opinión	¿Por qué tiene éxito la campaña de AMLO ?
78	Hombres y Mujeres	Cuando Emilio Azcárraga Milmo ...
80	TV Cantropus	por Goverra



La debilidad del Estado Mexicano ante la Reforma Comunicativa

Los desafíos de la comunicación por el **Dr. Javier Esteinou Madrid**

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

Mientras en el Congreso de la Unión se discutió intensamente con diversos sectores la propuesta de Reformas a la Ley Federal de Radio y Televisión y Ley de Telecomunicaciones (LFRyTVyT) enviada por la Cámara de Diputados para su aprobación en el Senado, los dos más grandes consorcios televisivos del país presionaron fuertemente para que dicho proyecto fuera respaldado. Sin embargo, asombrosamente, en ese mismo contexto político el gobierno mexicano mantuvo una posición de tibieza, tolerancia, irresponsabilidad, indiferencia y complicidad ante tal intento de despojo de un bien finito, propiedad de la nación, por parte de los grupos monopólicos de la información colectiva.

Así, siguiendo la filosofía del “¿Y yo por qué?” que caracterizó extensivamente la posición de este gobierno en diversas áreas de la gobernabilidad nacional, especialmente, en materia de comunicación social, el gran ausente en esta discusión y proceso fue el Estado mexicano que no ejerció su responsabilidad de rector nacional, sino que permitió que el problema se acomodara solo siguiendo la dinámica de lucha de las fuerzas en confrontación, sin intervenir como árbitro supremo.

De ésta forma, diversas Secretarías y Comisiones del Estado vinculadas con esta realidad, tomaron las siguientes posiciones jabonosas, vagas o difusas sobre la propuesta: La Secretaría de la Presidencia sólo señaló que la propuesta de reforma está afectada por el proceso electoral por lo que la Secretaría tiene algunas sugerencias, pero que no las revelará hasta en tanto el Senado no agote su debate. La Secretaría de Gobernación negó que se esté presionando al gobierno para que tome partido en este debate. La Secretaría (de Gobernación) escuchó a las partes que están a favor y en contra, y en su momento, una vez que se agote el tema, fijará su posición.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes fue el sector gubernamental que menos aplicó su responsabilidad pública, pues señaló que emitirá una opinión técnica sobre la reforma, sólo si el dictamen es votado por el Senado y si llega a la Presidencia, pues de lo contrario sería especular; y remitió a los concesionarios a que consulten a la Secretaría de Gobernación para el caso.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, extrañamente sin tener responsabilidad directa sobre dicho campo de la gobernabilidad, se sumó a los intereses de los concesionarios e indicó que la Iniciativa de Reformas a LFRyTVyT es un avance importante respecto al fortalecimiento de la radiodifusión, pues aportará una regulación más moderna, transparente y objetiva. La Secretaría de Educación Pública y la Secretaría de Salud que están directamente responsabilizadas de la supervisión del ámbito social de la radiodifusión, nunca expresaron su posición como entidades regentes de esta realidad.

La única excepción en el gabinete fue la Comisión Nacional Para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, que pidió al Senado que se modifique la propuesta pues es insuficiente respecto al tema indígena, y solicitó se elabore un proyecto más justo que contemple los derechos de los pueblos indígenas, ya garantizados en otras normatividades.

Así, el gobierno mexicano practicó la tesis del Estado Cero que formula que éste ya no debe intervenir en la regulación de los procesos de comunicación, sino que debe dejar su acomodo a la dinámica espontánea de las fuerzas políticas y de mercado que entran en juego. Esta realidad refleja la enorme debilidad del Estado mexicano contemporáneo en materia de comunicación, y nos lleva a constatar que el verdadero Estado ya no es el constituido por nuestros poderes públicos, sino el que han creado e impuesto los grandes monopolios de la comunicación en nuestro país ■