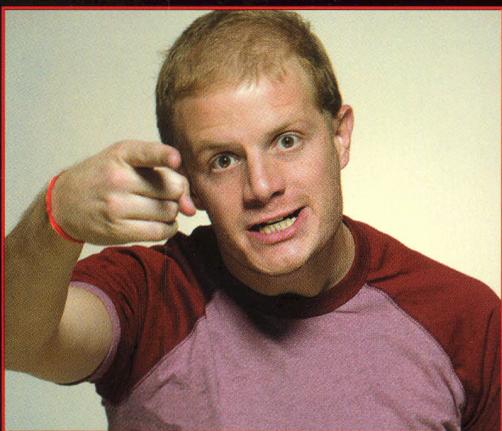


TELEMUNDO



Federico González Compeán: 'Amores perros y Todo el poder demuestran que el buen cine mexicano puede ser negocio!'

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

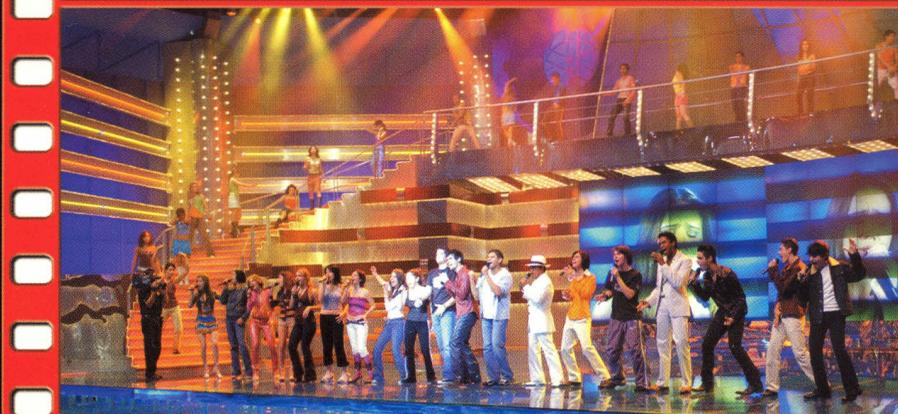
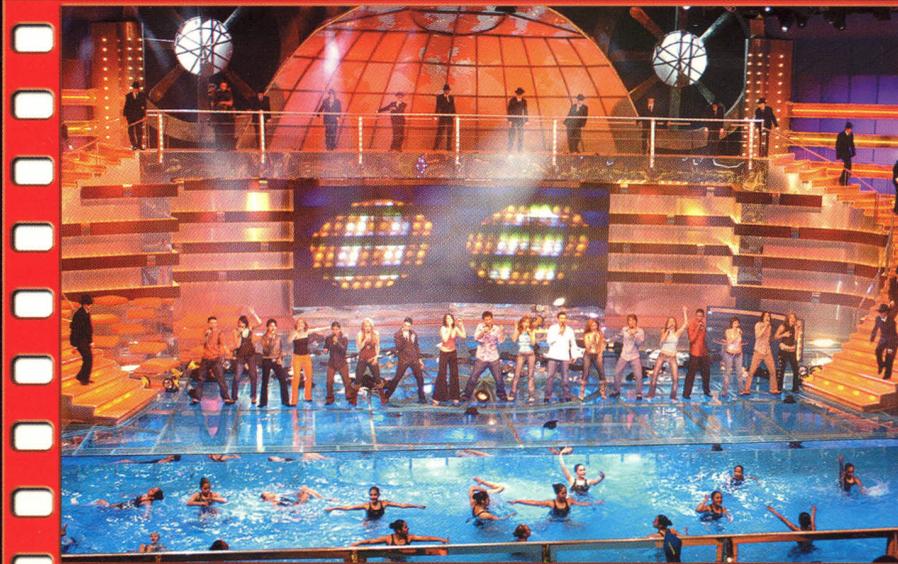


Entrevista Exclusiva con **Facundo**

'La gente no sólo quiere ver babosadas, está ansiosa por ver televisión con contenido'

 Sondeo entre publicistas
• ¿Cómo califica las campañas de los presidenciables?

 Informes Especiales
• Sistema Axio de Matrox
• Iluminación fría Fluo-tec
• Películas Digitales en 2k y 4k



 **DETRAS DE CAMARAS**
La Academia, el mejor reality show hecho en México

 **Sección**
del martes 14 al viernes 17 de Junio
WTC 2005 MEXICO **EXPO** CINE VIDEO TELEVISION EQUIPO PROFESIONAL



Videoservidor Turbo de Grass Valley
Archiveros Mase / Music & Images
Cámara HDV Sony en la Expo



Animación y Postproducción
Hechizo hace Tía Rosa

Investigación: Los más ganadores y nominados del Festival Pantalla de Cristal (Parte II)



Año 14, N° 83 jun/jul 2005

**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
Mauricio Cruz y Carlos Estrada

Coordinadora de Suscripciones y Eventos

Ivonne Vazquez Miranda
ivonne@canal100.com.mx

Asistente de Diseño

Elizabeth Heredia Castro
elizabeth@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 Publirreportajes.
Nuestra búsqueda constante es ofrecer contenidos de vanguardia a nuestros lectores.

Investigación: Los más ganadores y nominados del Festival Pantalla de Cristal Pág. 52

Hombres y Mujeres en Primer Plano **pág. 32**

Entrevista con Federico González Compeán **pág. 36**

4	Editorial	Ciudadano
6	Pantallas y Comercialización	Quieren el permiso...
8	Expo	Videoservidor Turbo de Grass Valley Archiveros Mase...
14	Entrevista	Facundo
22	Información Estratégica	Son tiempos de definiciones políticas...
24	Informe Especial	Sistema Axio de Matrox
42	La Colección de Leonardo García Tsao	Diez películas Chinas
46	Nuevas Tecnologías	Apple vende 350 millones de canciones
58	Animación y Postproducción	Hechizo hace Bimbo Tía Rosa
60	Informe Especial	Cómo hacer Películas Digitales en 2k y 4k
66	Informe Especial	Iluminación fría Fluo-tec
70	Noticias, Sugerencias, Consejos y...	CTT crece
72	Detrás de Cámaras	La Academia, el mejor Reality Show hecho en México
74	Sondeo de Opinión	¿Cómo califica las campañas de los presidenciables?
79	Hombres y Mujeres	Quieren vender el Once...
80	TV Cantropus	por Goverra

La contrarreforma comunicativa en Radio y Televisión

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.)

Después de haberse presentado el 4 de enero del 2005 en el Senado de la República el Proyecto de Iniciativa de Reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRyTV) para su análisis y evaluación, se inscribieron paulatinamente la existencia de otras propuestas de contra reforma que cambian, contravienen y anulan la propuesta ciudadana original. Así, a través de los nuevos planteamientos se modifican o “rasuraran” sustancialmente los contenidos y el espíritu participativo, transparente, plural, equilibrador y modernizador que contenía el proyecto original, e introducen otro distinto con concepción contrareformadora que fortalece enfáticamente los intereses de los grandes monopolios y se olvida drásticamente las necesidades y derechos comunicativos básicos de la sociedad mexicana.

Por ello, se puede decir que de aprobarse en el Congreso de la Unión la nueva contra reforma sobre la LFRyTV, se provocará en los próximos años, entre otras, las siguientes 7 consecuencias para el desarrollo, del presente y futuro, de la sociedad mexicana:

- 1.- Prevalcerán las bases estructurales para que continúe por muchas décadas la tendencia a la super concentración y monopolización de la radiodifusión nacional por un pequeño grupo de empresarios y la marginación de las grandes comunidades nacionales para participar en los medios de difusión colectivos, que demandan desde hace 45 años para poder crecer.
- 2.- Se mantendrán las antiguas condiciones de aplicación de la práctica de la discrecionalidad política en la generación, supervisión y renovación del proceso de comunicación electrónica colectiva en el país, evitando que reine la transparencia, la pluralidad de opciones, la apertura informativa y la sana competitividad empresarial en este terreno.
- 3.- No se reconocerán los derechos comunicativos básicos de la población que son uno de los fundamentos

de la modernidad del mundo contemporáneo avanzado, como son la existencia del Derecho a la Libertad de Expresión, el Derecho a la Participación Comunicativa el Derecho de Réplica y el Derecho a la Información.

- 4.- Los medios de Estado continuarán viviendo en situación de agonía económica e institucional por las extremas limitaciones financieras a que se verán enfrentados, quedando marginados de aprovechar sustantivamente su riqueza cultural para nutrir el espacio público mediático.
- 5.- Los aspirantes presidenciales o a cargos públicos serán presionados por las tarifas y modalidades publicitarias que les impondrán los concesionarios, llegando en algunos casos a que sean las empresas mediáticas las que definan quiénes serán los próximos presidentes, gobernadores, secretarios de estado, presidentes municipales y figuras públicas de nuestra República.
- 6.- El Estado será, cada vez más, substituido por el poder mediático y sus intereses oligopólicos, colocándose los cimientos para el debilitamiento progresivo de la rectoría del Estado nación, hasta llegar a consolidar la fórmula salvaje del Estado-Cero.
- 7.- Al existir menos competencia radiotelevisiva por la creciente tendencia concentradora de los medios monopólicos, la calidad de los contenidos de los mensajes se degradarán, pues no existirán otras opciones en contienda que presionen para la superación cultural de sus competidores.

En este sentido, con la renovación maquillada del viejo modelo de comunicación continuaremos teniendo para los próximos sexenios de gobierno más cultura salvaje, con su respectivo triunfo de la Cultura Idiota y no la creación de una cultura y comunicación sustentables que nos permitan sobrevivir armónicamente en nuestra República en el siglo XXI ■