

# TELEMUNDO

**Rafael Lugo:**  
A sus 53 años,  
hoy Canal Once  
va por todos  
los públicos  
y compite  
por toda la audiencia



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



## Entrevista con Demián Bichir

**"Lo mío, lo mío, lo mío..."**  
Segundo mexicano  
de la historia  
Nominado al Oscar  
por Mejor Actor

**Campañas Publicitarias**  
• Haz sandwich de Bimbo • Viagra  
• Camino Real • Tramontina  
• ¿Tienes el valor o te vale? de Televisa

**Informes Especiales**  
• Evolucionan Final Cut Pro X  
• Tres novedades de Shure  
• Familia SierraVideo de Kramer



**PANTALLA DE CRISTAL** | Haití, sin brazos y sin piernas  
Gana Mejor Reportaje / Mejor Reportera: Karla Iberia Sánchez

### Sección **2012 WTC México EXPO** CINE VIDEO TELEVISION del martes 5 al viernes 8 de Junio PANTALLA PROFESIONAL

- Cámaras Sony EX1 / EX3 • Micrófonos Rode
- Edius 6.5 de Grass Valley • Cámara JVC 170U
- Monitores LCD de leds Panasonic
- Conectores Lex • Servidor Media 5



Animación y Postproducción

Videoclip de VoodooFX gana Pantalla de Cristal por Mejores Efectos Visuales



**Informe IMCINE:** Mexicanos ven más películas de Hollywood en cine y televisión que nacionales



Año 20, N° 124 abr/may 2012

Director General y Editor  
**José Antonio Fernández Fernández**  
joseantonio@canal100.com.mx  
twitter:@joseantoniofer

Coordinadora de Diseño y Eventos  
**Patricia D. Morales Hernández**  
patricia@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, Lucía Suárez, Manolo, Benjamín Méndez, Bernardo León, Florence Toussaint.**

Colaboración Especial  
**Guillermo Montemayor G.**

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

Coordinador Distribución, Tráfico y Archivo  
**Víctor Manuel Mendoza Paredes**  
victor@canal100.com.mx

Coordinación de Información Editorial y edición de videos de Canal 100.com.mx y Suscripciones  
**Adriana Piñas Barrera**  
adriana@canal100.com.mx

Asistente de Diseño  
**Erika Yamile Ramos González**  
yamile@canal100.com.mx

Asistente Distribución, Tráfico y Archivo  
**Martín Rogelio Anzures Pérez**

Fotografía  
**Víctor Manuel Mendoza Paredes y Rocío Magaña**

Asistente Directorio Pantalla y Suscripciones  
**Itzel López Saldaña**

Imprenta: **MBM**

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

**Entrevista** **Demián Bichir**  
**14**  "Lo mío, lo mío, lo mío..." Segundo mexicano de la historia Nominado al Oscar por mejor Actor

**4** **Editorial** **G**riegos

**6** **Pantallas y Comercialización** **Q**uieren tener televisión

**8** **Sección Expo**  **C**ámara Sony EX1 y EX3, Micrófonos Rode, Edius 6.5, Monitores LCD Panasonic

**22** **Información Estratégica** **F**ácil ha resultado para Cofetel reordenar el mercado de radio...

**24** **Informe Especial**  **E**voluciona Final Cut Pro X

**32** **La Colección de Leonardo García Tsao** **D**iez mejores películas "Malditas"

**34** **Hombres y Mujeres** **D**avid Torres Castilla, Steph Bumelcrown, La Reata, Jaime Camil, Sissi Cancino, Ciro Gómez...

**38** **Entrevista a**  **R**afael Lugo: A sus 53 años, hoy Canal Once va por todos los públicos y compite por toda la audiencia

**44** **Nuevas Tecnologías** **G**uía mínima del comprador

**50** **Investigación** **V**en mas películas de Hollywood en cine y televisión

**52** **Animación y Postproducción**  **G**ana Panatalla de Cristal videoclip OperCult por Mejor Postproducción, Efectos y Color Pintado y Retoq

**54** **Informe Especial**  **T**res novedades de Shure

**58** **Informe Especial**  **F**amilia Sierra Video

**62** **Noticias, Sugerencias Consejos...** **V**ideo/entrevistas de Canal100.com.mx

**64** **Detrás de Cámaras**  **H**aití sin brazos y sin piernas Gana Mejor Reportaje en el Festival Pantalla de Cristal

**66** **Sondeo de Opinión** **¿**Cuáles de mis campañas publicitarias recientes me gustan más y han dado mejores resultados? **Parte 1**

**70** **Hombres y Mujeres** **C**arlos Slim, Peña Nieto, Vázquez Mota, López Obrador...

**72** **TV Cantropus**  por **G**overra

La Revista Telemundo **no** acepta Publlirreportajes.  
Nuestra búsqueda constante es ofrecer contenidos de vanguardia a nuestros lectores.

# Hacia una nueva Ley de medios públicos en México

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.).

**D**esde hace muchas décadas en la legislación sobre la radiodifusión nacional, los medios de comunicación de servicio público han sido muy abandonados, sin otorgarles jurídicamente su verdadera naturaleza de medios de comunicación de Estado de servicio público. Debido a ello, estos han operado históricamente como instrumentos de difusión del munícipe, funcionario, ministro, gobernador, presidente, partido, gobierno, etc. que defienden o promueven los intereses del poder en turno; y no como instituciones de Estado al servicio de las necesidades de desarrollo básicas de la sociedad que los financia.

Por esta realidad una nueva ley de comunicación social deberá incorporar, entre otras, las siguientes 9 características básicas para los medios de Estado: 1.- Acreditar su constitución como organismos públicos descentralizados que ejercerán una función de servicio público 2.- Establecer y regular las fuentes de financiamiento para las asignaciones de uso público y las concesiones de uso social, incorporando en éstas la posibilidad de recibir donativos, en dinero o en especie, venta de productos y/o servicios, así como recibir patrocinios y publicidad. 3.- Considerando que además reciben presupuesto público, estarán obligados a rendir un informe anual sobre sus ingresos adicionales y su forma de aplicarlos al proyecto. 4.- Contarán con plena independencia editorial, a través de la formación de un órgano colegiado de amplia representación colectiva que plantee las políticas de desarrollo de las emisoras. 5.- En sus órganos de gobierno tendrán que garantizar la participación de los sectores privado y social. 6.- Es necesario que tengan pleno acceso a tecnologías modernas para estar a la vanguardia de la competencia informativa. 7.- Deberán constituir Consejos Consultivos, particularmente ciudadanos, encargados de promover contenidos acordes con su función de servicio público. 8.- Tendrán que contar

con un defensor de la audiencia (Ombudsman). 9.- Estarán obligados a publicar sus códigos de ética.

En este sentido, un moderno marco normativo para los medios públicos debe terminar con la realidad que sobre dichas instituciones planteó el 29 de mayo del 2007 el ex Ministro de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, Mariano Azuela, al discutir la Acción de Inconstitucionalidad de la Ley Televisa. En su diagnóstico precisó que “para lo comercial, cuyo objetivo es especular y ganar dinero, todo es clarísimo en la Ley. Sin embargo, para los medios permisionarios encontramos un trato muy distinto, pues están sujetos a una gran discrecionalidad, y además no pueden tener anuncios comerciales.

Con ello, lo que se establece es un régimen de una televisión fuerte, importante, digitalizada que es la comercial, y una televisorcita de Estado modesta, casi diríamos de función meramente altruista. ¡Que hay desigualdad, hay desigualdad!, porque la igualdad debe ser en torno a la utilización del espectro radioeléctrico; y en ese sentido, debe haber perfecta igualdad. Las diferencias deben ser para que se actúe en razón de ellas, dando mayor facilidad, dando mayores apoyos, dando mayor seguridad jurídica a los permisionarios; y no a los concesionarios”.

Con un acuerdo jurídico avanzado que contenga estas características mínimas para los medios de Estado de servicio público, se podrá construir otro modelo de comunicación y cultura nacionales que balanceen las distorsiones que ha formado durante muchas décadas la actuación del modelo de comunicación comercial-privado en la República mexicana. Mediante ello, en el siglo XXI se podrá tener otro proyecto de desarrollo global más justo y equilibrado para el país. ■