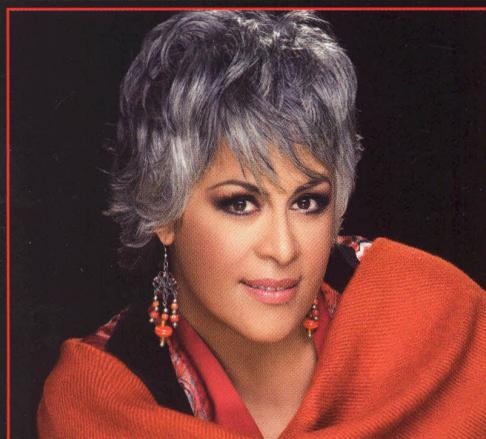


TELEMUNDO

Entrevista con José Woldenberg: 'Respaldo la decisión: en tiempos electorales nadie puede pagar spots políticos en radio y televisión'



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

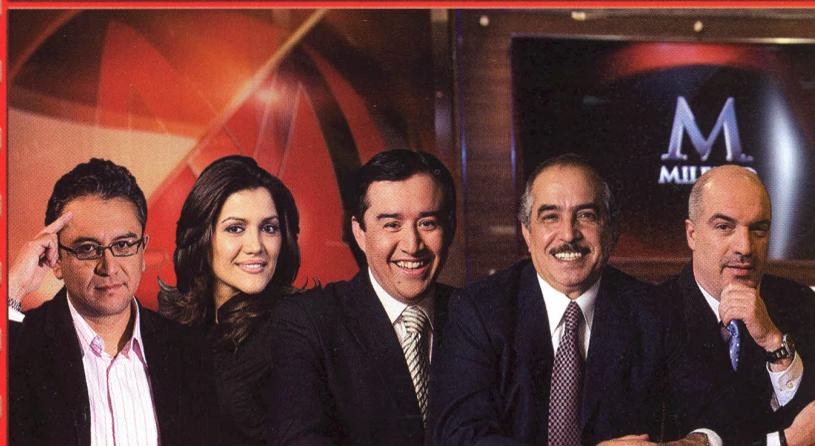


Entrevista Exclusiva con Eugenia León

'Luego de recorrer más de 7,000 kilómetros con Tocando Tierra, quiero más a México'

Sondeo entre publicistas
• ¿Por qué la publicidad en YouTube es más divertida y atrevida que la de televisión?

Informes Especiales
• Nuevo sistema OptiTrack
• Nuevo Scratch Estereoscópico
• Mistika es compatible con RED



DETRAS DE CAMARAS

Milenio Televisión, el mejor canal de televisión de paga hecho en México

Sección **2010 WTC México EXPO** CINE VIDEO TELEVISION
del martes 25 al viernes 28 de Mayo EQUIPO PROFESIONAL

- Cámaras Full HD de Sony
- Multiviewer Sierra
- Corel VideoStudio Pro X2
- Publicadora Rimage
- Tripiés Libec
- Videoproyectores Panasonic
- Macroproyección Watchout



Animación y Postproducción

Metro Producciones y Oveja Negra hacen Kkwates Sabritas



Investigación: Son líderes Azcárraga Jean, Aristegui, El Güiri-Güiri, José Ramón Fernández, Coca-Cola y Canal 2



Año 18, N° 108 ago/sep 2009

**Director General
y Editor**

José Antonio Fernández Fernández
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, Articulista y Reporteros

Humberto Aguinaga, Álvaro Cueva, Javier Esteinou,
Juan Farre, Fátima Fernández, Jerónimo Fernández Casillas,
Nicolás Fernández Casillas, Leonardo García Tsao,
Goverra, Carlos Gómez Chico, Adriana Nolasco, Juan
Ibargüengoitia, 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 Suscripciones
y de Información Especial**

Cynthia Boche Sánchez
cynthia@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 Publirreportajes.
Nuestra búsqueda constante es ofrecer contenidos de vanguardia a nuestros lectores.

Investigación: Son líderes Canal 2, Aristegui, El Güiri-Güiri, Azcárraga Jean... Pág. 50

Hombres y Mujeres en Primer Plano pág. 34

Entrevista con José Woldenberg pág. 38

4	Editorial	Elucubraciones
6	Pantallas y Comercialización	El factor precio...
8	Expo	Multiviewer Sierra, Publicadoras Rimage...
14	Entrevista	Eugenia León
22	Información Estratégica	Mucha polémica...
24	Informe Especial	Nuevo Sistema de captura de movimiento OptiTrack
32	La Colección de Leonardo García Tsao	Las diez mejores películas de Werner Herzog
44	Nuevas Tecnologías	¿Qué es 3D Estereoscópico?
54	Animación y Postproducción	Metro Producciones y Oveja Negra hacen Kkwates Sabritas
56	Informe Especial	Nuevo Sistema Mistika
60	Informe Especial	Nuevo Scratch Estereoscópico
64	Noticias, Sugerencias, Consejos y...	Ollin Studio no cierra, toma un nuevo aire...
66	Detrás de Cámaras	Milenio TV, el mejor canal mexicano de la historia de la televisión de paga
68	Sondeo de Opinión	¿Por qué la publicidad de YouTube es más divertida que la de la Televisión?
71	Hombres y Mujeres	Lo que hace Azcárraga Jean como cabeza de Televisa
72	TV Cantropus	por Goverra



Ahora se requiere de un ajuste al poder fáctico

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.)

No obstante la aplicación de la Reforma Electoral que introdujo un nuevo modelo de comunicación política para los períodos de renovación de los representantes ciudadanos, la situación de mega concentración de poder que han alcanzado las industrias mediáticas electrónicas en México, debilitó la esencia democrática de dicho proceso. Ello debido a que su creciente fuerza mediática se opuso a la Reforma Electoral creando una atmósfera contra reformista y contra reguladora que contribuyó a erosionar la rectoría del Estado nacional.

De esta forma, aunque finalmente hayan sido elegido con relativa libertad los gobernadores, diputados, senadores y municipales de la República para el periodo de gobierno 2009-2012, en realidad estos poderes públicos quedaron muy vulnerados y acotados pues tendrán un margen de actuación y soberanía muy restringido ante los intereses del mega poder mediático en el país. Así, los nuevos poderes públicos de la siguiente fase de gobierno de la III República Nacional nacieron previamente subordinados al viejo poder mediático super amplificado en México.

En este sentido, a diferencia de la relevación de los poderes públicos republicanos que son elegidos por la población cada 3 y 6 años mediante el sufragio efectivo en el país para que administren la gobernabilidad nacional; paradójicamente, los poderes fácticos mediáticos de la radio y la televisión nunca son elegidos o votados por los ciudadanos y sin embargo participan de forma, cada vez más, sustantiva e intensa en la definición y ejecución del proceso de gobernabilidad nacional, e incluso llegan a doblegar o superar a los primeros. Ante esta cruda realidad política, debemos preguntarnos ¿Para qué el Estado y la sociedad mexicana realiza el enorme gasto que representa la organización cíclica del voto y el financiamiento de las múltiples campañas electorales en el territorio nacional y

en el extranjero, si en última instancia, crecientemente el poder real, en un alto porcentaje, lo define y lo ejerce con la fuerza ideológica política de los medios de difusión colectivos que no son escogidos democráticamente por la ciudadanía, sino que éstos se imponen por su propio poder fáctico?

De esta manera, debido a la centralidad estratégica que alcanzó el sistema de medios de difusión electrónicos en el siglo XXI en México, sea el partido o la corriente política que sea la que gane en los comicios de cada fase electoral, de antemano éstos quedan previamente limitados, sometidos, dependientes, desafiados, desdibujados, y hasta substituidos por el sistema de presión político-ideológica que ejerce el poderío mediático en el país.

Así, no obstante la aplicación de las nuevas reglas comunicativas de la Reforma Electoral, en última instancia, los verdaderos ganadores de la contienda política de las elecciones intermedias fueron los monopolios electrónicos de la difusión colectiva debido a que continuaron gobernando cotidianamente el país, vía la administración del nuevo espacio público mediático, sin haber sido elegidos por la ciudadanía para ello.

Es por ello, que el verdadero cambio democrático de la transición social a la democracia, además de implicar la apertura profunda de las viejas estructuras viejas políticas a la participación civil, ahora se requiere urgentemente el ajuste sustantivo de la acción de los poderes fácticos de los monopolios informativos a un nuevo estado de derecho en México. De lo contrario, se continuará por décadas con la promoción cíclica de una fantasía democrática que estará subordinada a la verdadera estructura de poder cotidiano que gobierna a la nación que es la telecracia mediática ■