

# 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

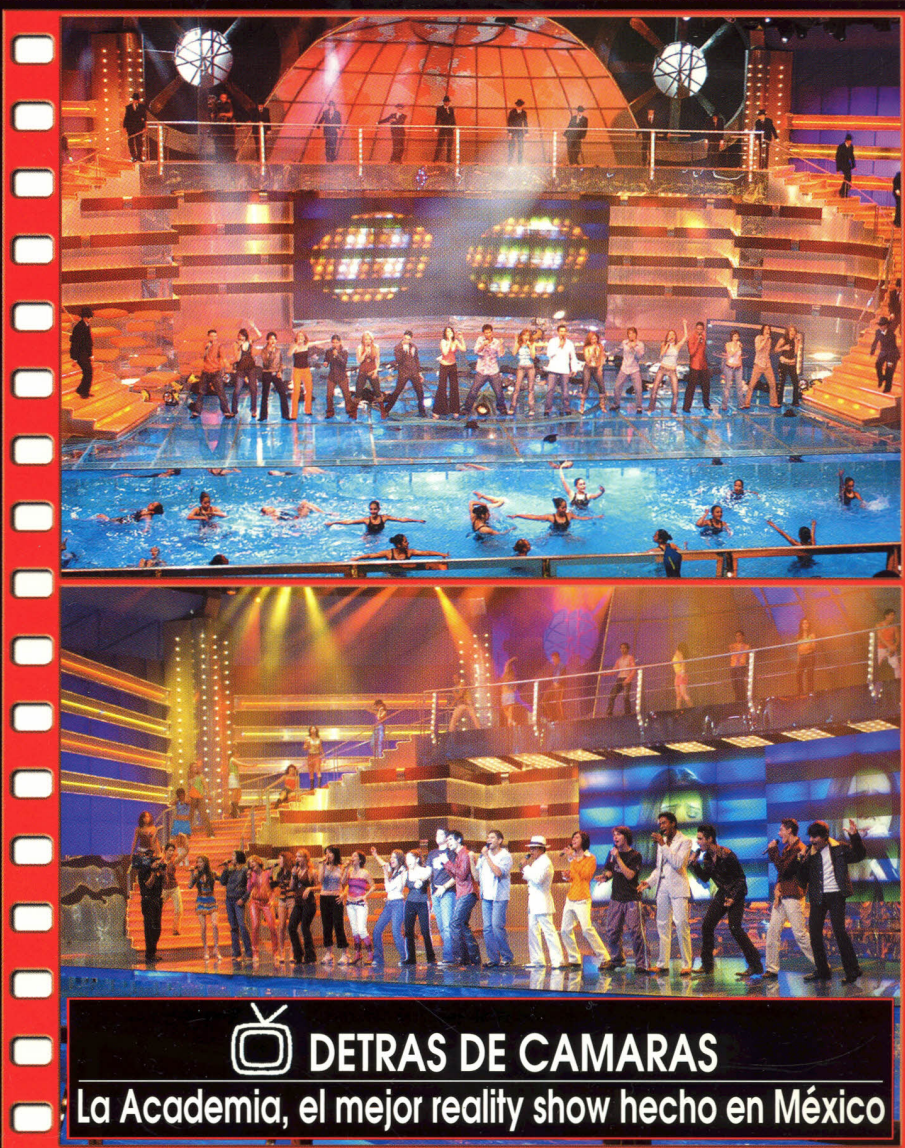


## Entrevista Exclusiva con **Facundo**

'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

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

**D**espués 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 monopolícos, 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 ■