

★ REVISTA PANTALLA PROFESIONAL ★

TELEMUNDOCINE

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



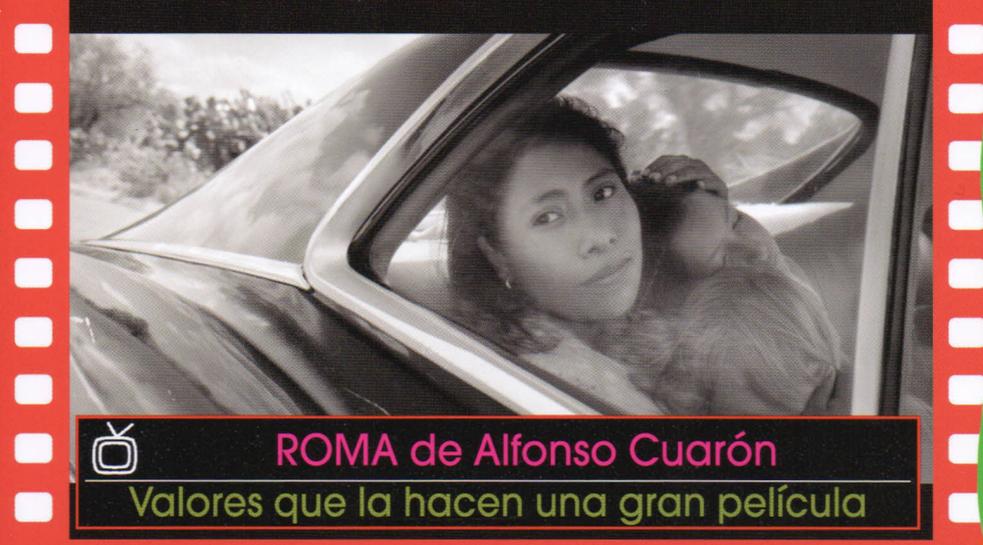
 **Entrevista Exclusiva**

Mark Alazraki

Me propuse escribir y dirigir La balada de Hugo Sánchez, lo logré

 **Informes Especiales**

- Cámaras Sony
- Magnum Flujo IP
- Unidad Móvil 4K TV Azteca



 **ROMA de Alfonso Cuarón**
Valores que la hacen una gran película

 **Sección EXPO** CINE VIDEO TELEVISIÓN CIUDAD PANTALLA 

- Cámara Panasonic EVA1P
- Carritos Backstage • AMTEC 28 Años
- MediaKind • Micros Sennheiser
- Panther Wall Spreader



Animación y Postproducción

Nominado Finalista Pantalla de Cristal videoclip Fuera de mí



\$50 pesos MN

Las 100 Películas más Taquilleras del 2018 en México, 17 son mexicanas



Entrevista **M**ark Alazraki

14

Me propuse dirigir La balada de Hugo Sánchez...

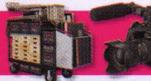
4

Editorial **P**uertas

6

Pantallas y Comercialización **U**ber y Netflix

8

Sección Expo 

Cámara Panasonic EVA1P, Carritos Backstage...

18

Información Estratégica **C**onfirma el Ing. Carlos Slim...

20

Informe Especial **U**nidad Móvil 4K TV Azteca

24

Sólo para Fanáticos **A**poyar a la tele abierta...

28

La Colección de Leonardo García Tsao **L**as 10 mejores Películas sobre El Voyeurismo

30

Hombres y Mujeres **Y**alitza Aparicio, Jaime Kuri, Club de Cuervos, Paty Chapoy, Arcelia Ramírez, La Guzmán

34

Entrevistas  **F**ernando Muñoz, Patricia Jasin, Jim McNamara

40

Archivo Cueva por Alvaro Cueva **B**ienvenido, MVStv!

42

Investigación **L**as 100 Películas más Taquilleras del 2018

46

Informe Especial **M**agnum Flujo IP

50

Animación y Postproducción **F**uera de mí, Nominado Pantalla de Cristal

52

Informe Especial **C**ámaras Sony

56

Detrás de Cámaras  **P**elícula ROMA/Valores

58

Hombres y Mujeres **A**lberto Ciurana, Patricia Jasin, Patricio Wills, Carlos Ferreiro, Fernando Muñoz...

60

TV Cantropus  por **G**overra

La Revista Pantalla Profesional TelemundoCine **no** acepta Publirreportajes. Nuestra búsqueda constante es ofrecer contenidos de vanguardia a nuestros lectores.

Publicidad y Suscripciones
Tel.: 5528 6050 canal100@canal100.com.mx

Revista Pantalla Profesional TelemundoCine
Revista Pantalla.com

Año 27, N° 165 Feb/Mar 2019

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

Colaboradores, Articulistas y Reporteros
Álvaro Cueva, Estela Casillas, **Javier Esteinou**, **Juan Farré**,
Fátima Fernández, **Jerónimo Fernández Casillas**,
Nicolás Fernández Casillas, **Leonardo García Tsao**, **Goverra**,
Carlos Gómez Chico, **Juan Ibarquingoitia**, **Lucía Suárez**,
Manolo, **Benjamin Méndez**, **Bernardo León**,
Florence Toussaint, **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

Diseño y Edición
Sandra Araceli Juárez Romero
sandra@canal100.com.mx

Eventos, Suscripciones y Talleres
Expo Cine Video Televisión, Ciudad Pantalla
Andrea Edith González García
andrea@canal100.com.mx

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

Información y Servicio a Clientes
Beatriz Murillo Olguín
beatriz@canal100.com.mx

Tráfico y Archivo
Francisco Barrera Martínez
francisco@canal100.com.mx

Impresión: **Graphic Solution**
MBM Impresora

Revista TelemundoCine, revista bimestral / Febrero - Marzo 2019. Editor Responsable: José Antonio Fernández Fernández. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04 - 2016 - 021910131700 - 102. Número de Certificado de Licitud de Título y Contenido: 16723. Domicilio Revista TelemundoCine: Plúton Manzanilla E.lote 3 piso 4 Col. La media Luna Coyoacan C.P. 04737, D.F. Distribuidor: Servicio Postal Mexicano, Calle Higuera 23 Col. Barrio la Concepción, Coyoacan C.P. 04020, México D.F. Impresa en MBM Impresora, Mirador 77, Tepepan, Xochimilco, CP. 16020 México D.F. Derechos Reservados. No se devuelven materiales. Los anuncios son responsabilidad de la compañía que los firma.

Los Medios de Comunicación Públicos en la Cuarta Transformación de 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, Ciudad de México)

El 23 de enero de 2019 el gobierno morenista de la Cuarta Transformación anunció la reestructuración de los medios de comunicación públicos para crear un nuevo orden de comunicación nacional en México. Dicha iniciativa pretende integrar en una sola dirección nacional al Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, Instituto Mexicano de la Radio, Canal 11, Canal 22, Televisión Educativa, Canal 14, Radio Educación, Notimex y la Dirección de Radio Televisión y Cinematografía, en una coordinación estatal para crear una orientación editorial, política de contenidos, producción conjunta con otras entidades, etc. para informar profesionalmente con objetividad, profesionalismo, sinergia, independencia, absoluta autonomía de cada medio, sin que exista injerencia, censura, línea, consigna o control por parte del Estado en lo que se transmita.

Debido a esto, en los nuevos tiempos históricos de refundación de la República por los que atraviesa la sociedad mexicana, cobra una importancia medular rescatar la misión estratégica que deben ejercer los medios públicos de comunicación colectivos, para reequilibrar la desproporción estructural que en el terreno cultural, comunicativo y espiritual han vivido las comunidades mexicanas en las últimas décadas, con la actuación del modelo de comunicación-mercado, sin contrapesos.

Ante ello, es necesario subrayar que el desafío elemental de los medios de comunicación de servicio público en el siglo XXI, no es reproducir el viejo modelo de difusión comercial privado guiado por la lógica de la Mano Invisible del Mercado que se expandió como el sistema nervioso central de la sociedad mexicana del siglo XX y principios del XXI; sino que su función es crear otro modelo orgánico de comunicación colectivo que opere como un nuevo sistema nervioso medular de las comunidades, guiado por la perspectiva del servicio público, por la lógica del desarrollo sustentable y la sobrevivencia humana en el nuevo milenio. Es decir, en el nuevo siglo el corazón del prototipo de comunicación de los medios de servicio público debe priorizar la Razón de Estado por sobre la Razón del Mercado, para crear un nuevo paradigma de comunicación de Estado desde las

necesidades de avance del México Profundo y no desde la promoción de las frivolidades adictivas y de evasión de la realidad que impulsa el México Imaginario conducido por el poder mediático y el proceso de globalización contemporánea para consolidar la dinámica del business comunicativo y de acumulación de más riqueza.

El proceso de desarrollo de la sociedad mexicana no sólo demanda la existencia de un sistema económico que distribuya la riqueza nacional, un marco jurídico que establezca el orden del derecho formal, un conjunto de fuerzas armadas que respalden la legitimidad del Estado, instituciones que permitan la implantación de la gobernabilidad cotidiana, una red de policía que garantice la seguridad ciudadana, un lenguaje o código común que permita el entendimiento comunitario, etc; sino también exige la presencia activa de medios de comunicación de servicio público que creen las subjetividades, imaginarios, vinculaciones, mentalidades y afectividades que permitan el crecimiento y la existencia armónica de la sociedad.

Es indispensable considerar que el no contar con la intervención de auténticos medios de comunicación de servicio público en la dinámica de crecimiento de la sociedad mexicana, es equivalente a no contar con medicina pública, electricidad pública, calles públicas, jardines públicos, alumbrado público, agua pública, caminos públicos, petróleo público, educación pública, espacio aéreo público, atmósfera pública, etc. para entregar toda la operación básica del funcionamiento de la estructura comunitaria a la dinámica de la autorregulación social, que no es otra realidad, que la autorización oficial del reinado de la Ley Darwinista Salvaje que permite la existencia del más fuerte sobre el más débil. En otros términos, con la presencia de los medios de información comerciales la sociedad puede construir al mercado, los negocios, el consumo y la globalización; pero sin la presencia de verdaderos medios de comunicación de Estado de servicio público difícilmente el Estado mexicano puede edificar la Nación, la República, la memoria nacional, la identidad histórica, la democracia, el ejercicio de las garantías constitucionales comunicativas y los procesos de sobrevivencia civilizada en el país ■