

TELEMUNDOCINE

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

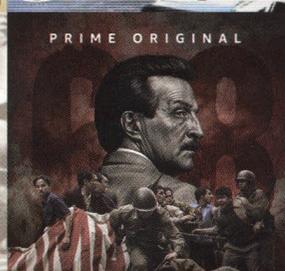
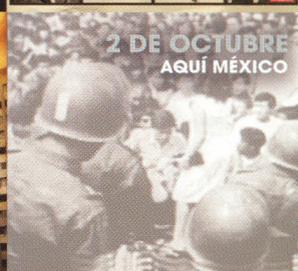
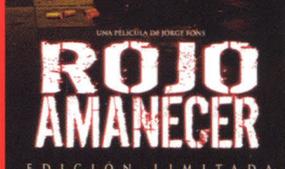
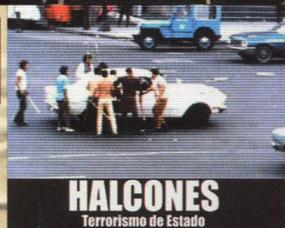
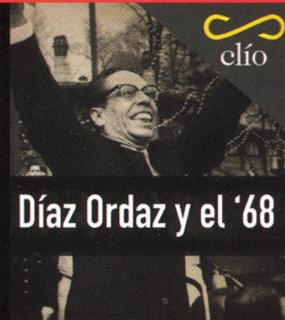
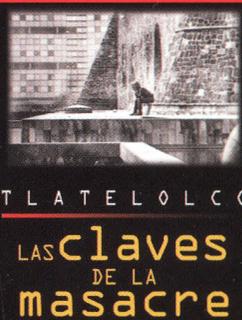
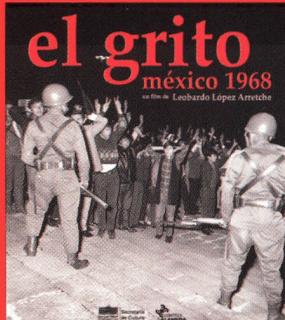


Entrevista Exclusiva
Armando Casas

Voluntad política para impulsar medios públicos y taquilla del cine MX

Informes Especiales

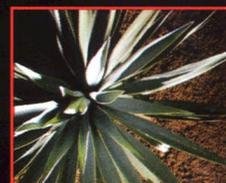
- LEDs Fluotec
- Cete Revolucionaria
- Panasonic 100 años



A 50 años del 2 de octubre 1968
Producciones audiovisuales revelan lo sucedido

Sección EXPO CINE VIDEO TELEVISIÓN CIUDAD PANTALLA

- Luminarias Aputure • Switcher Sony 500
- Tiendas VideoStaff • Carritos Backstage
- Micrófonos Shure • Excelencia Seguridad
- Lentes Arri Signature Prime



Animación y Postproducción

Gana Unlimited Pantalla de Cristal por Tequila San Matías



\$50 pesos MN

Tendencias: a la alza, Aristegui, Ciro, Argos, Brozo, Joserra, Cine Mexicano



Revista Pantalla Profesional TelemundoCine
Revista Pantalla.com

Año 27, N° 163 Oct/Nov 2018

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 Ibarjúengoitia, Lucía Suárez, Manolo, Benjamín 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 / Octubre - Noviembre 2018. 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 Coyoacán C.P. 04737, D.F. Distribuidor: Servicio Postal Mexicano, Calle Higuera 23 Col. Barriola Concepción, Coyoacán 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.

18	Entrevista		A	Armando Casas	I	ndispensable voluntad política para impulsar medios públicos y taquilla de cine mexicano
8	Editorial		S	ismo		
10	Pantallas y Comercialización		S	ecreto es Mágico		
12	Sección Expo		S	witcher Sony MCX 500, Micrófono Lavalier Shure WL 185, Transmisión Inalámbrica STVideo...		
24	Información Estratégica		V	ientos de cambio soplan en la televisión		
26	Informe Especial		C	ete en Revolución		
30	Hombres y Mujeres		A	lejandra Frausto, Juan Aguirre y Aristegui		
32	Hombres y Mujeres		G	uillermo González Camarena		
36	La Colección de Leonardo García Tsao		D	iez mejores películas sobre el Holocausto		
38	Entrevistas		M	iguel Bárcena, Javier Esteinou, María de los Ángeles Huerta del Río		
44	Archivo Cueva por Alvaro Cueva		L	a bronca de las Series		
46	Investigación		A	la alza: Aristegui, Ciro Argos, Brozo, Epigmenio...		
50	Informe Especial		L	EDs Fluotec		
54	Animación y Postproducción		G	ana Unlimited Pantalla de Cristal por Tequila San Matías		
56	Informe Especial		P	anasonic 100 años		
60	Detrás de Cámaras		1968	Producciones Audiovisuales revelan lo sucedido		
62	Hombres y Mujeres		A	MLO, Luis Carbajo, Sergio Romano, Jorge Saldaña, Tomás Mojarro, Jimmy Fortson...		
64	TV Cantopus		H	omenaje a Goverra		

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

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

Nuevo Proyecto de Nación y Reducción de la Publicidad Oficial

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)

Morena (Juntos Haremos Historia) consideraron indispensable establecer el programa de austeridad republicana para combatir la profunda corrupción existente en la esfera gubernamental, y mediante ello, rescatar importantes recursos económicos para impulsar el desarrollo de los sectores más desfavorecidos del país.

Para ello, el 11 de septiembre de 2018 el frente MORENA creó la *Ley de Austeridad Republicana* que en el terreno de la comunicación gubernamental pretende restringir el gasto en propaganda oficial, disminuyendo al mínimo posible la contratación de tiempos comerciales y concentrando su difusión en una sola dependencia y estableciendo sus reglas relativas al contenido y fines de la propaganda oficial. Mediante la instauración de tal política estructural se combatirá la práctica de la opulencia en el ejercicio del gasto público y se dignificará la tarea de la función pública canalizándola por los cauces de la austeridad y la racionalidad.

Con objeto de concretizar tales principios generales de austeridad y transparencia en el ámbito de la comunicación, se canceló la anterior *Ley General de Comunicación Social* aprobada en el Congreso de la Unión el 11 de mayo de 2018 por el PRI, PVEM y Nueva Alianza, teniendo en contra el voto de distintas fuerzas de oposición y la crítica de múltiples organizaciones de la sociedad civil y especialistas, que la bautizaron como la “Ley Chayote”. Esta normatividad no contribuía a detener el despilfarro de recursos públicos, ni la opacidad, ni la concentración informativa, ni la manipulación comunicativa, ni la corrupción, ni la deformación de los procesos electorales; sino al contrario fomentaba la existencia de todos estos vicios.

Debido a ello, para cristalizar de manera concreta los principios normativos anteriores en el ámbito de la comunicación, se modificó el marco normativo en este terreno con el fin de introducir la austeridad y la transparencia en el ejercicio del

gasto público en este terreno. Así, simultáneamente el grupo parlamentario de Movimiento Ciudadano (miembro de la alianza con Morena), propuso el 11 de septiembre de 2018 en la Cámara de Diputados la iniciativa para crear una nueva *Ley General de Comunicación Social y Publicidad Gubernamental*, que entre otras aportaciones crea el Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Gubernamental.

Sin embargo, pese a los valiosos avances alcanzados por la *Ley de Comunicación Social y Publicidad Gubernamental* quedaron sin resolverse diversos aspectos fundamentales que deben solucionarse para que esta nueva normatividad no solo ahorre recursos financieros y propicie la transparencia; sino para que también promueva fundamentalmente la pluralidad comunicativa, la democracia informativa y la libertad de expresión. Debido a ello, es fundamental analizar y discutir a fondo con la academia y la sociedad civil las características del marco regulatorio del modelo de comunicación nacional que propone la nueva *Ley General de Comunicación y Publicidad Gubernamental*, para generar un avance verdaderamente histórico en la esfera cultural del país y no solo para introducir un arreglo coyuntural entre los grandes intereses de los nuevos grupos políticos en el poder.

Debemos recordar que el 1° de julio de 2018 la sociedad mexicana votó para erigir nuevos cimientos para fortalecer la democracia nacional y no solo para favorecer a otra corriente política en la jefatura del gobierno. De lo contrario, no se estará construyendo un nuevo proyecto de Nación para México, sino solo se instrumentarán diferentes condiciones jurídicas a modo para que otro grupo político se convierta en el nuevo capataz del país, vía el manejo de la comunicación gubernamental ■