

☆ REVISTA PANTALLA PROFESIONAL ☆

TELEMUNDOCINE



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



Mejor Reportera
Karla Iberia

Premio Pantalla de Cristal, reportaje Rusia: La Gran Desconocida

Informes Especiales

- Familia Ross
- Carritos Backstage
- Cámara Canon C700 FF

Nominados y Ganadores Pantalla de Cristal retratan el mosaico que es el México de hoy

Sección **EXPO** CINE VIDEO TELEVISIÓN CIUDAD PANTALLA

- Extensión Sony Venice • Baterías Swit
- Lentes Rokinon • Dolby Atmos
- Arri Stellar • Panasonic 4000
- D-Box Simply



Animación y Postproducción

Pantalla de Cristal a la Rueda por Querétaro "Creating the Future"



\$50 pesos MN

Reporte Especial: Los 175 Líderes Creadores de la Pantalla



Revista Pantalla Profesional TelemundoCine
Revista Pantalla.com

Año 27, N° 164 Dic/Ene 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 Ibarguengoitia, 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 / Diciembre - Enero 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 Manzana Elote 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.

28



Entrevista **K**arla Iberia Sánchez

El periodismo es hablar de lo que sucede a seres humanos

18

Editorial **I**ngenuos

20

Pantallas y Comercialización **P**oder político decide

22

Sección Expo 

Extensión Sony Venice, Baterías Swit, Lentes Rokinon, Dolby Atmos, Arri Stellar...

32

Información Estratégica **C**ambiará Andrés Manuel López Obrador

34

Informe Especial **F**amilia Ross

38

Hombres y Mujeres **J**esús Zavala, Oscar Menéndez, Gutiérrez Vivó

42

La Colección de Leonardo García Tsao **D**iez mejores películas de Sam Peckinpah

44

Entrevistas  **A**maury Vergara, Leonardo Aranguibel, Patricio Wills

50

Archivo Cueva por Alvaro Cueva **E**l miedo a AMLO

52

Investigación **175** Líderes Creadores de la Pantalla

54

Informe Especial **C**arritos Backstage

58

Animación y Postproducción **G**ana la Rueda Pantalla de Cristal por Querétaro "Creating the Future"

60

Informe Especial **C**ámara Canon C700FF

64

Detrás de Cámaras  **N**ominados y ganadores retratan el mosaico que es el México de hoy

66

Hombres y Mujeres **M**edios públicos con AMLO

68

TV Cantropus  **H**omenaje a Goverra

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

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

Consecuencias de Reducir el Gasto Publicitario del Estado Mexicano

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)

La propuesta normativa del nuevo gobierno de Morena para regular el marco jurídico del gasto publicitario del gobierno federal a partir de 2019, aportará diversos aspectos muy positivos para la sociedad mexicana como son el ahorro de recursos financieros, menor subordinación de los medios al Estado, fomento de la pluralidad mediática, la práctica de la transparencia, disminución de la corrupción comunicativa, mayor democracia informativa, el ejercicio de la rendición de cuentas, etc.

Sin embargo, además de alcanzar las ganancias anteriores, dicha reorganización comunicativa nacional de naturaleza vertical, también generará diversas consecuencias para el ecosistema mediático nacional, dentro de las cuales destacan, entre otras las cinco siguientes:

- 1.- Considerando que los 80,000 millones de pesos que se invierten anualmente en publicidad privada, sin contar los 60,000 anuales que se destinan de la publicidad gubernamental, son insuficientes para fondar con gran ímpetu a todos los medios de comunicación colectivos existentes en México; la nueva reducción del 50% del gasto propagandístico del Estado ocasionará una fuerte presión económica que producirá una seria crisis financiera de sobrevivencia de la tradicional estructura mediática de la República que cimentó su operación en recibir publicidad oficial.
- 2.- Esta realidad limitativa provocará una reorganización *darwinista* de la infraestructura de información y comunicación masiva donde solo sobrevivirán los medios más fuertes y los más frágiles desaparecerán o tendrán que aglutinarse en nuevos modelos empresariales o migrar al ámbito del Internet de bajo costo. Dicha situación conflictiva tenderá a amplificarse más por la fuerte crisis previa que ya experimenta la estructura tradicional de medios de comunicación nacionales, especialmente los electrónicos, al perder progresivamente grandes públicos que emigraron de la radio y televisión convencionales a las nuevas plataformas de Internet para recibir los contenidos más modernos que no encontraron en los medios habituales.
- 3.- La reducción de la publicidad del Gobierno Federal a la mitad, desatará una mayor competencia por obtener

el presupuesto privado canalizado hacia esta actividad y la búsqueda obligada de nuevos modelos de negocio. Así, los medios deberán pelear con mayor agresividad cada financiamiento ofreciendo mayores incentivos y estímulos a consumidores y anunciantes.

4.- Dicho panorama afectará relevantemente el proceso de formación de la opinión pública colectiva pues se erosionará la existencia plural de empresas que generan la información, y por consiguiente, las versiones cotidianas de la representación de la realidad quedarán cada vez más dependientes de las empresas sobrevivientes más fuertes.

5.- Para encarar esta crisis del modelo de negocios de las empresas de comunicación, los medios estarán obligados a buscar nuevas fuentes de financiamiento que podrán provenir, entre otras, de las siguientes tres alternativas:

Por una parte, tendrán que producir nuevos contenidos y servicios con mayor calidad que compitan con mayor ferocidad frente a otros mensajes para conquistar a los auditorios, en un mercado dominado por los monopolios tradicionales de la radiodifusión abierta y restringida y en las plataformas digitales. Por otra parte, ante la necesidad de crear contenidos de mayor calidad, también se dará la producción saturante de bajos contenidos como *infocomerciales*, “noticias virales”, contenidos *soft* o *infoentretenimiento* que cautiven a las audiencias, descuidando los mensajes valiosos y de calidad para nuestras comunidades que ayuden a entender y transformar la realidad. Con ello, se acentuará la degradación de la esfera comunicativa y cultural de la República al contar con *información parasitaria* en grandes cantidades.

Finalmente, por otra parte, bajo la consigna de ejercer el ahorro para subsistir, se liquidarán a periodistas, comunicólogos, productores, escritores, fotógrafos, creativos y otro personal especializado que han trabajado en el Gobierno Federal, en algunos casos durante décadas, para recortar sus gastos.

Al respecto es necesario preguntar ¿Cómo equilibrará el nuevo gobierno de la *Cuarta Transformación de la República* el sacrificio del gremio profesional de la comunicación, para beneficiar a otros sectores sociales? ■