

★ REVISTA PANTALLA PROFESIONAL ★

# TELEMUNDOCINE



Lugar 12  
Más Taquilleras de la Historia en México

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



Entrevista Exclusiva  
**Jaime Maussan**

## Recibe Diosa Tlahui "Abrir los ojos, mente y corazón"

Rafael Montero  
• No quise hacer Cilantro y Perejil 2

Informes Especiales  
• Familia Canon  
• Poder Teletream  
• Robot Bolt con EFD

Ganadores Mejor Fotografía  
Festival Pantalla de Cristal

Sección **Expo PANTALLA.com**

- ARRI 35 • Canon R5 C • Lentes Sigma
- Teknomérica Kits • CTT Paquetes
- Ross Realidad Aumentada
- VideoDepot Restauración



Animación y Post  
Ganadores del Festival Pantalla de Cristal



Sondeo: son Líderes, Ciro, Televisa, Derbez, Aristegui, Martinoli, Slim, Netflix...

\$50 pesos MN



@RevistaPantalla



Entrevista **J**aime Maussan

24

**Y** cuando la NASA y el gobierno de EU lo reconocieron...

Revista Pantalla Profesional TelemundoCine  
Revista Pantalla.com

Año 30, Nº 185 Jun / Jul 2022

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** Ibarquengoitia, **Lucía** Suárez,  
**Manolo**, **Benjamín** Méndez, **Bernardo** León,  
**Florence** Toussaint, **Guillermo** Montemayor G.

Coordinadora Administrativa  
**Socorro** García Bonilla  
socorro@canal100.com.mx

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

Eventos, Suscripciones y Talleres  
**Andrea Edith** González García  
andrea@canal100.com.mx

Fotografía  
**Rocío** Magaña

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

Impresión: **Graphic** Solution  
MBM Impresora

Revista TelemundoCine, revista bimestral / Jun - Julio 2022. 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 El lote 3 piso 4 Col. La media luna Coyoacán C.P. 04737, Ciudad de México. Distribuidor: Servicio Postal Mexicano, Calle Higuera 23 Col. Barrio la Concepción, Coyoacan C.P. 04020, Ciudad de México. Impresa en MBM Impresora, Mirador 77, Tepepan, Xochimilco, CP. 16020 Ciudad de México. Derechos Reservados. No se devuelven materiales. Los anuncios son responsabilidad de la compañía que los firma.

6

Editorial **U**bicadín

8

Pantallas y Comercialización **M**odelo es estable

10

Sección Expo



**I**P9 Studios foros líderes en México, Arri 35...

28

Información Estratégica **T**odo indica que el modelo comercial...

30

Informe Especial **F**amilia Canon

34

La Colección de **Leonardo** García Tsao **L**as 10 mejores películas Óperas Primas

36

Hombres y Mujeres **S**ilvia Lemus, Jaime Maussan, Luiz Padhila...

46

Archivo **Cueva** por **Álvaro** Cueva **E**l momento de Vix+

48

Investigación **S**on Líderes: Ciro, Televisa, las Estrellas...

52

Informe Especial **R**obot Bold con EFD

56

Animación y Postproducción **G**anadores Pantalla de Cristal Post-Color

58

Informe Especial **P**oder Telestream

62

Detrás de Cámaras **N**ueva Época de Oro de la Cinefotografía

64

Hombres y Mujeres **J**uan "El Gallo" Calderón, Emilio Azcárraga...

66

TV Cantropus **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.: 55286050 canal100@canal100.com.mx

# Democracia, Comunicación y Revocación de Mandato en 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)

La iniciativa de consulta popular sobre la *Revocación de Mandato* en México es un instrumento muy sano del sistema de la democracia participativa reconocida jurídicamente por la *Constitución Política Mexicana* y por sus leyes correspondientes, que permite que los gobernantes rindan cuentas a la sociedad a mitad de su gestión.

Con objeto de mantener un clima de orden y pulcritud en la realización de la primera consulta popular de la *Revocación de Mandato* del presidente de la República en 2022, el Estado determinó que la acción comunicativa de dicha dinámica electoral debía quedar regida por diversas normatividades que tipificaron lo que abarca el concepto de propaganda electoral, quién la puede realizar, en qué momento se podría ejercer, con que recursos se debe efectuar su implementación, que tipo de publicidad gubernamental se autorizaba y cuáles son las penas que se aplicarían a quién violara dicho consenso legislativo.

## La convocatoria

Sin embargo, pese al establecimiento preciso de dicho marco regulatorio preciso, cuando el 10 de abril de 2022 se emplazó a la realización de la consulta popular para la *Revocación del Mandato* por el actual gobierno de la izquierda morenista y sus partidos aliados, se alteró el proceso jurídico establecido, especialmente en el ámbito comunicativo, provocando que la sociedad mexicana no experimentara una acción de rendición de cuentas, sino que padeciera un acto de “Ratificación de Mandato”, o lo que fue lo mismo una “consulta popular de Estado”, convirtiendo a tal instrumento democrático en una herramienta electoral para consolidarse en el poder.

## El modelo de comunicación política

El modelo de comunicación política utilizado para la realización de consulta sobre la *Revocación de Mandato* presidencial estuvo conformado por dos grandes planos de acciones comunicativas: la “intervención mediática” del Instituto Nacional Electoral y la “injerencia comunicativa” del presidente de la República, el partido Morena, los gobernadores y los funcionarios públicos de la “Cuarta Transformación”.

Así, por una parte, en cuanto a la “intervención mediática” del INE, siguiendo la normatividad prefigurada y considerando los recursos que le fueron asignados, este organismo desplegó un gran campaña de difusión en radio, televisión, espectaculares y redes sociales para propagar el evento sobre la *Revocación de Mandato* e

invitar a los ciudadanos a asistir a las urnas. Para ello, el Instituto difundió 1,000,095 spots pautados en radio y televisión con siete tipos de mensajes diferentes para informar a la ciudadanía sobre tal proceso. Otorgó 874 entrevistas de consejeras, consejeros e integrantes de la Junta General Ejecutiva. Difundió la convocatoria en inserciones de 16 periódicos nacionales, 179 periódicos estatales, alcanzando un tiraje acumulado de más de 7,200,000 de ejemplares a nivel nacional. Utilizó más de mil 700 espacios de publicidad exterior en la Ciudad de México y en el Estado de México. Aprovecho los 2 mil 248 espacios otorgados por el gobierno de la ciudad para informar sobre la convocatoria popular, etc.

Por otra parte, con relación a la “injerencia comunicativa” del presidente de la República, el partido Morena, los gobernadores de la 4-T y los funcionarios públicos morenistas, se observó que aunque existió un marco regulatorio muy definido para establecer la modalidad como debería ejecutarse legalmente la dinámica de la comunicación política para consumar la “*Regulación del Mandato*”, pese a ello, asombrosamente, el régimen gobernante de la “Esperanza del Cambio” las ignoró e instrumentó otro modelo de difusión violatorio de la Ley en diversas regiones del país. Así, sin respetar la normatividad vigente se constató la implementación de una mecánica de comunicación ilegal basada en dos grandes estrategias propagandistas: la “comunicación mediática paralela” y la “comunicación por tierra”.

## El resultado de la consulta popular

El corolario del referéndum popular del 10 de abril de 2022 fue que votó un total de 16,502,636 ciudadanos. De ese universo, 15,159,323 (91.86 %) se inclinaron por “Que AMLO siga como presidente de la República”; 1,063,209 (6.44%) de personas optaron por “Que se le revoque el mandato a AMLO por falta de confianza”; y finalmente, 280,104 (1.64%) boletas fueron nulas.

Por lo tanto, el resultado no fue jurídicamente vinculante, pues no alcanzó el 40% de la mayoría calificada de votos que se requería y solo quedó como un ejercicio electoral de orientación política sobre las preferencias populares.

## A esperar otra oportunidad

Pudiendo haberse consolidado este plebiscito como una acción ejemplarmente pulcra en términos de la democracia participativa, concluyó siendo un proceso desaseado, viciado y no una intervención auténticamente ciudadana ■