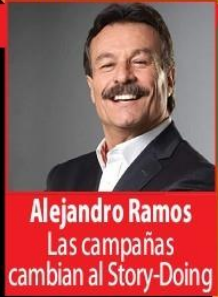


★ REVISTA PANTALLA PROFESIONAL ★

TELEMUNDOCINE



Alejandro Ramos
Las campañas
cambian al Story-Doing

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



Entrevista Exclusiva
Estrella Solís

Interpreta
a Polly en
el Club, el
personaje
que
transforma
la serie

Informes Especiales

- Nacen iP9 Studios
- eLigaMX con Magnum
- Sede ExpoPantalla.com

VID-19/ PANDEMIA MUNDO

219 MIL CONTAGIOS
125 MIL SÍNTOMAS ENFERMOS
8 MIL 927 MUERTOS

CONTRA EL COVID-19
#TierrasAcompaña

MÁXIMO DE ALERTA SANITARIA
ALTO
INTERMEDIO
COTIDIANO

des HECHO EN CASA
PRESENTADO POR EUGENIO ROJAS

55 8080 0606

el LIGA MX
BBVA

Tiempos de Pandemia
en Pantalla

Sección EXPO CINE VIDEO TELEVISIÓN CIUDAD PANTALLA

- Monetización Amtec • Sony PXW-Z280
- Robóticas Panasonic
- Dolly Panther • Teletec Set en Casa
- Artec Post-Remota con Avid



Animación y Post

Los postproductores nunca están solos



\$50 pesos MN

Investigación: Se producen 216 películas en México en 2019, estrenan 101



Revista Pantalla Profesional TelemundoCine
Revista Pantalla.com

Año 27, Nº 172 Abr/ May 2020

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

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
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

Impresión: **Graphic Solution**
MBM Impresora

Revista TelemundoCine, revista bimestral Abril - Mayo 2020. 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 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.

Entrevista **E** Estrella Solís



14 Interpreta a Polly en la serie El Club

4 Editorial **A** la altura

6 Pantallas y Comercialización **E**l Story-Doing

8 Sección Expo **M**onetización Amtec, Sets en casa...

18 Información Estratégica **L**ogra la epidemia del Covid-19...

20 Informe Especial **T**UDN y Magnum resuelven reto de eLIGAMX

28 La Colección de Leonardo García Tsao **L**as 10 mejores películas de Comedia Negra

30 Hombres y Mujeres **J**enaro Villamil, Andrés Bustamante...

34 Entrevista **J**ulio Di-Bella conduce...

36 Archivo Cueva por Alvaro Cueva **T**elevisión y Pandemia

38 Investigación **S**e producen 216 películas en México en 2019...

42 Informe Especial **N**acen iP9 Studios

46 Animación y Postproducción **P**ost Remota no es Control Remoto

48 Informe Especial **N**uestra Nueva Sede ExpoPantalla.com

52 Detrás de Cámaras **T**iempos de Pandemia en Pantalla

54 Hombres y Mujeres **J**enaro Villamil...

56 TV Cantropus **p**or **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

Prueba de fuego para los medios públicos

¿Autonomía o subordinación?

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)

Con el fin de intentar crear un nuevo modelo de comunicación social, el 23 de enero de 2019 el gobierno *morenista* anunció la reorganización de los medios de comunicación públicos para crear un nuevo orden de comunicación nacional en México. Con este fin, se formuló la integración de todos los medios públicos del gobierno mexicano en una sola coordinación nacional armónica para crear una orientación editorial, política de contenidos, producción conjunta con otras entidades que mantuviera como propósito informar profesionalmente con objetividad, profesionalismo, sinergia, independencia, libertad, absoluta autonomía de cada medio, sin que exista injerencia, censura, línea, consigna o control por parte del Estado en la información que se transmita.

Por ello, además de la definición de los amplios rasgos anteriores sobre las características que debería tener el proyecto de medios públicos de comunicación en México, la gran pregunta que permanece de despejarse mediante hechos concretos, es si ¿con el nuevo cambio de régimen político que experimenta el país desde el 1° de julio de 2018 a la fecha, solo se pasará de la tradicional fórmula de la televisión privada mexicana que apostó por impulsar el modelo de “comunicación para los jodidos”, a fomentar la nueva fórmula propagandística de la comunicación de la *Cuarta Transformación* para la creación del culto a la personalidad gubernamental; o se evolucionará hacia la edificación de un verdadero modelo autónomo de comunicación de Estado de servicio público que contribuya a estimular la independencia, la pluralidad y la libertad de expresión de los ciudadanos para enriquecer el espacio de la opinión pública nacional?

En este sentido, es necesario reflexionar que en la proporción en que la contundencia del severo “principio de realidad” elemental se imponga crudamente sobre la narrativa *lopezobradorista* que se difunde cada mañana a través de las *conferencias matutinas* y muchos medios de difusión nacionales, demostrándose que los programas de gobierno de AMLO/MORENA no han funcionado satisfactoriamente en el ámbito del crecimiento económico, la seguridad de la población, el aumento de la inversión privada, el combate al narcotráfico, el sostenimiento de la paridad del peso, el incremento del empleo, la producción de

hidrocarburos, el avance del modelo educativo, la eficiencia del sistema de salud, las múltiples demandas comunitarias, las manifestaciones de mujeres, etcétera; surgirá nuevamente un gran desilusión social que producirá otro gran malestar social. Tal situación ocasionará un descenso en la aceptación colectiva de la figura presidencial, de su gabinete administrativo y de su régimen de gobierno, lo despertará nuevamente al *México bronco*, pues la promesa de la “nueva esperanza” *morenista* que se ofreció intensamente para construir la “otra sociedad” distinta a la que se heredó de los regímenes políticos anteriores, se habrá diluido.

Ante tal delicado contexto de crisis de gobernanza, surge la pregunta básica, ¿cómo el gobierno *morenista* administrará la nueva problemática político social que emergerá en el país?

Independientemente de las medidas contra cíclicas que aplique el gobierno de izquierda populista en diversos terrenos para superar dicho escenario de fragilidad política, es fundamental cuestionar ¿cuál será el papel que desempeñarán los medios de comunicación de Estado de servicio público diseñados en la *Cuarta Transformación* en los momentos de inestabilidad social? ¿Operarán como un sistema de agujas hipodérmicas o como aparatos ideológicos de Estado para ocultar el fracaso de la “promesa *morenista* redentora” mediante la creación de una versión negadora o deformadora de los hechos con “otros datos”, e intensificar el discurso demagógico, dogmático, autoritario y oportunista?

¿Estarán los medios de difusión de servicio público a favor de la libertad de expresión, del derecho a la información, del derecho de réplica, de los derechos de las audiencias de los ciudadanos, etc. que permitan ejercer el pensamiento crítico, la expresión disidente, ante los errores o limitaciones estatales; o se convertirán en canales de instrumentación de la propaganda oficial para legitimar la crisis del régimen imperante?

Debido a ello, una de las grandes pruebas de fuego por las que atravesará la autonomía del modelo de comunicación de los medios públicos en la fase de la *Cuarta Transformación*, se comprobará cuando el actual gobierno enfrente las crisis estructurales y coyunturales que se derivarán del desgaste de la aplicación de su proyecto de gobernabilidad ■