

TELEMUNDOCINE



David Faitelson
José Ramón no quiere admitir que ya no soy su alumno

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



Ariel Mejor Actriz
Sofía Espinosa

Deseo que vean Gloria por el valor de la película

Campanas Publicitarias

- Catrinas, Cerveza Victoria
- Leonali, Vegetalistas
- Me gusta, Alpura

Informes Especiales

- Novedades Sony
- Fresneles de Leds DeSisti
- Simplemente dona al CETE



Película Alicia en el país de María
Gana Pantalla de Cristal por Efectos Visuales

Sección Bienvenidos a Ciudad **PANTALLA!** EXPO CINE VIDEO TELEVISIÓN PANTALLA PROFESIONAL México WTC

- Dyno Grass Valley • Balastra Arri
- Colorfront Transkoder
- Pantallas VLS • Switchers Panasonic
- CineLight de Fluotec



Animación y Postproducción

Pantalla de Cristal por Mejor Colorista videoclip Siempre Siempre

• Investigación: El matrimonio de la televisión y el cine es más que romántico



\$50 pesos MN



f t y @revistapantalla

Revista Pantalla Profesional Telemundo
RevistaPantalla.com

Año 24, N° 149 Jun/Jul 2016

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

Colaboradores, Articulista 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, Adriana Nolasco, 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

Coordinación de Diseño, Editorial y Edición de videos de Canal100.com.mx
Adriana Piñas Barrera
adriana@canal100.com.mx

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

Distribución, Tráfico y Archivo
Martín Rogelio Anzures Pérez

Eventos, Directorio Pantalla, 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

Impresión: **Graphic Solution MBM Impresora**

Revista TelemundoCine, revista bimestral junio-julio 2016. 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. Barriola 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.

Publicidad y Suscripciones
Tel.: 55286050 canal100@canal100.com.mx

14  **Ariel Sofía Espinosa**
Recibe premio Ariel por Mejor Actriz

4 **Editorial** **T**ru-Trú

6 **Pantallas y Comercialización** **S**iguen modelo HBO

8 **Sección Expo**  **D**yno Grass Valley, Pantallas VLS, Switchers Panasonic, Balastra Arri...

22 **Información Estratégica** **N**oreaccionan Gabriel Contreras y...

24 **Informe Especial** **S**implemente dona al CETE

32 **La Colección de Leonardo García Tsao** **D**iez mejores películas de Ridley Scott

34 **Hombres y Mujeres** **A**lejandro Cantú, Denise Maerker...

38 **Entrevista**  **D**avid Faitelson

44 **Nuevas Tecnologías** **N**uevo Premio Mejor Etalonaje

48 **Archivo Cueva por Álvaro Cueva** **L**a guerra y los cambios

50 **Investigación** **E**l matrimonio de la televisión y el cine es más que romántico

54 **Animación y Postproducción** **G**ana Pantalla de Cristal videoclip Siempre de Benny Corral

56 **Informe Especial** **N**ovedades Sony

60 **Informe Especial** **F**resneles de Leds DeSisti

64 **Noticias...** **V**ideo/entrevistas RevistaPantalla.com/ Canal100.com.mx

66 **Detrás de Cámaras**  **P**elícula Alicia en el país de Maria gana Pantalla de Cristal por Efectos Visuales

68 **Sondeo de Opinión** **¿**Cuáles de mis campañas publicitarias me gustan más y por qué? **Parte 27**

70 **Hombres y Mujeres** **E**milio Azcárraga Jean, Carlos Slim...

72 **TV Cantropus**  por **G**overra

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

¿Qué hacer ante el modelo de Comunicación Electoral?

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).

Ocho años después de la aplicación de la Reforma Electoral de 2007 y de la implementación de su correspondiente modelo de comunicación política en el país, se acumularon diversas contradicciones que impidieron edificar una democracia madura de mayor calidad. Esto debido a que dicho paradigma de difusión contribuyó fundamentalmente a reforzar el viejo esquema de privilegios partidocráticos que permitió que los principales beneficiados de la transición fueran los partidos con su tradicional estructura y no la sociedad.

Por ello, independientemente que se impida la intromisión de los poderes fácticos en los procesos electorales, que se mantenga la misma cantidad de uso de los tiempos de Estado, que se mejoren los contenidos de las campañas, que se creen mayores candados para evitar la presencia del dinero sucio en las contiendas, etc; todos estos factores no son elementos suficientes para construir una democracia adulta, pues en el fondo se continua impulsando una democracia infantil que considera muy poco a los ciudadanos, por las siguientes cinco razones:

1.- El diseño y mecánica del actual modelo de comunicación política sólo les ofrece información para participar a los habitantes en los procesos electorales a través del depósito de su voto en las urnas el día que se efectúan los sufragios; y posteriormente, dicho sistema comunicativo no los vuela a tomar en cuenta de ninguna forma durante el resto de las decisiones de gobierno a lo largo del sexenio.

2.- Contrariamente a lo que se publicitó que este modelo de comunicación se utilizaría para acercarse a la población, este no fue un prototipo de interacción que permitiera la vinculación con la sociedad; sino al contrario fue un esquema de información autoritario basado en el arquetipo de la “Aguja hipodérmica” que simplemente transmitió masivamente una enorme cantidad de spots a la población. Con dicho modelo de propaganda unilateral se acentuó la existencia del modelo de los partidos narcisos o partidos ególatras, es decir, de aquellas instituciones que mediante el uso de los tiempos oficiales del Estado construyen un espejo virtual a través de la radio y la televisión donde sólo se miran a sí mismos y son incapaces de

reflejar o contemplar en esta óptica de visión a la sociedad que es a la que representan, a la que se deben y la que paga esos tiempos de comunicación.

3.- Los votantes no son contemplados rigurosamente como ciudadanos por dicho prototipo de comunicación, sino únicamente como números pasivos que se contabilizan a través de las estadísticas electorales que tienen que rendir para demostrar su grado de éxito. Es decir, únicamente son manejados como consumidores de mensajes electorales y no como ciudadanos activos que deben participar en dichos procesos de comunicación electoral.

4.- El diseño de los contenidos de las campañas no trata a los electores como personas inteligentes que saben pensar, discutir y decidir; sino como masas manipulables por slogans, clichés, estereotipos, emociones, shows, jingles, etc. que se disputan ferozmente los diversos partidos.

5.- Finalmente, los ciudadanos no cuentan con espacios de comunicación en los medios para discutir con los candidatos y los partidos sus propuestas de gobierno; sino solo les queda acatar lo que ellos deciden entre sí en sus cúpulas partidocráticas. Es la reconstrucción de la democracia a la mexicana donde “Yo Partido hablo y ustedes ciudadanos me escuchan y obedecen”.

La práctica recurrente de dicho modelo de comunicación política en el país generó una atmósfera de creciente apatía e impotencia ciudadana para participar en la política y transformar el sistema de representación de los poderes públicos.

Por ello, para avanzar en la edificación de una nueva cultura electoral ciudadana que permita intervenir activamente en los procesos de cambio de los poderes constitucionales, además de incrementar la pluralidad de fuentes de información sobre las distintas opciones partidistas; se deben modificar los procesos de inclusión civil en estos y crear dinámicas colectivas de comunicación entre partidos y ciudadanos que permitan que la población participe dinámicamente con los candidatos en la discusión de los grandes problemas de nuestra agenda nacional ■