

TELEMUNDO




Emiliano y Héctor Castro Vizcarra
Una frase hace su sueño realidad:
"Quiero hacer una película"

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




Entrevista Exclusiva **Mauricio Castillo**

Miembros al aire es el programa más visto en la televisión de paga


 Campañas Publicitarias

- Poster Media • Yale
- Chedraui • Actinver
- Club de Fútbol Monterrey

 Informes Especiales

- EFD: número uno en Iberoamérica
- Nueva cámara Arri Amira
- Sony Anycast Touch AWS-750



 Maz México gana Pantalla de Cristal por Mejor Campaña
Soy Quintana Roo, Soy Nuevo León, Soy Chiapas...

Sección EXPO CINE VIDEO TELEVISION PANTALLA PROFESIONAL

- Amtec Cine • Multiusos Vantage 6.0
- Leds Ledco • Intercomunicación ClearCom FreeSpeak
- Servidores Veas-Black • Quita-Pon Phantom en vivo
- Cámara Panasonic AJPX-5000



Animación y Postproducción

Kamikaze Studio gana Festival Pantalla de Cristal con Video-Mapping Toluca y Tiacotalpan

Reporte Canacine: Las 100 películas más taquilleras del 2013. Seis son mexicanas



CANAL100
com.mx

f t @canal100commx YouTube

SITIO OFICIAL
Revista Telemundo
gran Expo Cine Video Televisión
Festival Pantalla de Cristal
Directorio Pantalla / El Encuentro
Barra Verde - Nuevas Tecnologías
Noticias del Semanario Pantalla

Año 22, Nº 135 feb/mar 2014

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

Coordinadora de Edición, Diseño y Eventos
Patricia D. Morales Hernández
patricia@canal100.com.mx

Colaboradores, Articulista y Reporteros
Humberto Aguinaga, Juan Manuel Borbolla, Álvaro Cueva, 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.

Colaboración Especial
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 Información Editorial y edición de videos de Canal100.com.mx y Suscripciones
Adriana Piñas Barrera
adriana@canal100.com.mx

Asistente de Diseño
Erika Yamile Ramos González
yamile@canal100.com.mx

Asistente Distribución, Tráfico y Archivo
Martín Rogelio Anzures Pérez

Asistente Directorio Pantalla y Suscripciones:
Andrea Edith González García
andrea@canal100.com.mx

Fotografía
Víctor Manuel Mendoza Paredes y Rocío Magaña

Imprenta: **MBM**
Negativos: **Graphic Solution**

Telemundo, Primera Revista especializada para Profesionales del cine, el video y la televisión, es una publicación de Creatividad en Imagen, S.A. de C.V. Tiraje: 9 mil ejemplares. Precio por ejemplar \$40.00 M.N. Registro ante la Dirección General de Derechos de Autor N° 184-92. Certificado de Licitud de Título N° 6158 y Certificado de Licitud de Contenido N° 4731, otorgados por la Comisión Calificadora de Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Publicación periódica, Permiso Provisional autorizado por SEPOMEX PP09-0106. Derechos Reservados. No se devuelven materiales. Los anuncios son responsabilidad de la compañía que los firma. Impreso en MBM Impresora, Mirador 77, Tepepan. Domicilio Revista Telemundo: Calle Plutón Mz. E.Lt. 3 PH, Col. Media Luna, Coyoacán C.P. 04737, México, D.F.

Publicidad y Suscripciones
Tel.: 5528 6050 Fax: 5528 8631 canal100@canal100.com.mx

14 **Entrevista** **M**auricio Castillo
Miembros al aire es el programa más visto de la televisión de paga. La mayoría de nuestro público son mujeres.

4 **Editorial** **E**spara mí

6 **Pantallas y Comercialización** **E**l elenco estúpido

8 **Sección Expo** **A**mtec Cine, Multiusos Vantage 6.0, Leds Ledco, Intercomunicación ClearCom FreeSpeak...

22 **Información Estratégica** **N**o verá cine mexicano una mejoría

24 **Informe Especial** **EFD** número Uno en Iberoamérica

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

34 **Hombres y Mujeres** **A**lfonso Cuarón, Emilio Maillé, Chabelo, Karla Souza Emmanuel Lubezki, Kenji Gavira, Denise Maerker

38 **Entrevista** **J**orge Ayala blanco: Las películas mexicanas se producen hoy para que no se vean.

44 **Nuevas Tecnologías** **O**cho consejos para producir con calidad

50 **Investigación** **R**eporte Canacine: Las 100 más taquilleras del 2013. Seis son mexicanas

52 **Animación y Postproducción** **K**amikaze Studio gana Festival Pantalla de Cristal con Video-Mapping Toluca y Tlacotalpan

54 **Informe Especial** **N**ueva cámara Arri Amira

58 **Informe Especial** **S**ony Anycast Touch AWS-750

62 **Noticias...** **V**ideo/entrevistas de Canal100.com.mx

66 **Detrás de Cámaras** **M**az México gana Pantalla de Cristal por Mejor Campaña. Soy Quintana Roo, Soy Nuevo León.

68 **Sondeo de Opinión** **¿**Cuáles de mis campañas publicitarias me gustan más y por qué? **Parte 14**

70 **Hombres y Mujeres** **M**anuel Arroyo, Ricardo Salinas Pliego, Alejandro Ram Germán Larrea, Teodoro Roosevelt, Denise Maerker...

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

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

Aviso de Privacidad: Consúltelo en todos los pies de página de Canal100.com.mx

Los medios electrónicos de comunicación 20 años después del TLC

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, México, D.F.)

El proceso de transformación moderna que experimentó México desde 1 de enero de 1994 a la fecha con la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá (TLC), generó profundos cambios en la estructura cultural, informativa y espiritual de nuestra República. Ante ésta realidad histórica, el problema ahora ya no es preguntarnos veinte años después si aceptamos o no la globalización cultural e informativa que se impuso en todo el mundo a finales del siglo XX y principios del XXI; sino que actualmente debemos preguntarnos ¿cómo con la aplicación de las leyes del mercado del Tratado de Libre Comercio se transformó el esqueleto y la dinámica de nuestra cultura y comunicación nacionales y qué se debe hacer en las próximas décadas para avanzar en este terreno?.

Al respecto es fundamental recordar que con la introducción extensiva de los principios de las leyes del mercado al terreno cultural y comunicativo, oficialmente se planteó que dichas actividades se volverían más productivas, que se quebrarían los monopolios tradicionales en éste rubro al promoverse la “libre competencia cultural”, que se aumentaría la calidad de los productos informativos de las industrias culturales, que se abrirían nuevos espacios de participación comunicativa, que se aceleraría la modernización informativa, que se ampliarían las fuentes de financiamiento de las empresas culturales, que se fortalecería nuestra estructura cultural milenaria al exponerla con más intensidad al contacto con otras culturas, etc.; en una idea, que se enriquecerían fundamentalmente estas actividades al vincularse con los procesos de la globalización y de la modernidad en sentido amplio.

Sin embargo, no obstante estas posibles ventajas que prometió alcanzar la instauración acelerada del acuerdo trilateral, después de dos décadas de aplicación observamos que dichas acciones no fueron fuerzas, estrategias o dinámicas suficientes, para por una parte, alcanzar los objetivos prometidos, y por otra, resolver las

tremendas contradicciones culturales e informativas que existían en nuestra sociedad. Es más, debido a la naturaleza eminentemente mercantil y de acumulación de esta racionalidad económica feniciamente pragmática aplicada al campo cultural, en el fondo se acrecentaron nuestros conflictos de cultura nacional.

De esta forma, mientras en dicho periodo en nuestra sociedad existió la urgente necesidad de construir una cultura ecológica, una cultura del agua, una cultura de la civilidad urbana, una cultura de la racionalización de los recursos no renovables, una cultura de la tolerancia humana, una cultura de amparo de los ancianos, una cultura de la defensa de las especies animales, una cultura de la protección de la biodiversidad, una cultura de promoción de la vida, etc., para sobrevivir como sociedad plural y armónica; en ese mismo contexto histórico de prioridades sociales los canales masivos de información electrónicos regidos por los principios del mercado tendieron a construir sistemáticamente una atmósfera de desperdicio cultural al producir una cultura de la frivolidad, una cultura del hiperconsumo, una cultura de la “novedad” irrefrenable, una cultura de la transnacionalización, una cultura del espectáculo compulsivo, una cultura del “star system”, una cultura adrenalínica, una cultura del Show, una cultura de la violencia televisiva, una cultura del voyerismo mediático, etc., que fueron altamente rentables para los monopolios de la comunicación.

Por ello, para avanzar en las próximas décadas en la resolución de nuestras fuertes contradicciones de crecimiento nacional la comunidad nacional ya no debe seguir alimentando ilimitadamente las demandas culturales salvajes que exige el mercado sin contrapesos, sino que ahora es urgente que desde el Estado y la sociedad civil organizada se construya a través de los medios de comunicación, privados y públicos, una nueva “Cultura Orgánica” que responda a la solución de las principales problemáticas cotidianas que la sociedad mexicana tiene que resolver para sobrevivir!