

★ REVISTA PANTALLA PROFESIONAL ★

TELEMUNDOCINE



Toño Hurtado
Mexicanos entienden "coreano" de Tachidito

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



Entrevista Exclusiva

Mónica Corral

En los zapatos de Mónica suma miles de visitas...

Paty Kelly

• Aprendiendo a envejecer tiene mucha audiencia

Informes Especiales

- Diccionario TelePública
- CDMX La Gran Locación
- MultiPlataforma Gana

68 2 DE OCTUBRE NO SE OLVIDA 52 AÑOS

Tantos y retratos **Silvia Lemus**

Programa especial **ARIEL 2021**

RED RADIO UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

RED MEXICO

Ganadores Premios RED
Festival Pantalla de Cristal

EXPO CINE VIDEO TELEVISION
ExpoTelemundoCine

¡La Expo evoluciona!
¡Ahora es!

Expo PANTALLA.com

- FF High Speed Prime • Cartoni Focus 22
- Tektronix de Teletream • Ross Trackeo Fino
- DR-05 Tascam • Iluminación en CTT
- Restauración de Video y Films



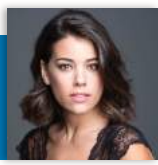
Animación y Post

Inspiran Efectos Visuales de película Granizo



\$50 pesos MN

Investigación: Las 100 Películas Mexicanas más Taquilleras 1999 - 2021



Entrevista **M**ónica Corral

En los zapatos de Mónica suma miles de visitas en YouTube

Revista Pantalla Profesional TelemundoCine
RevistaPantalla.com

Año 30, Nº 184 Abr / May 2022

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

Colaboradores, Articulistas y Reporteros
Alvaro Cueva, Estela Casillas, Javier Esteinou, Juan Farré, Fátima Fernández, Jerónimo Fernández Casillas, Nicolás Fernández Casillas, Leonardo García Tsao, Goverra, Carlos Gómez Chico, Juan Ibargüengoitia, 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 / Abril - Mayo 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 Manzanera Elote 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.

26

6 Editorial **D**ecierto

8 Pantallas y Comercialización **H**umildad palabra clave

10 Sección Expo **L**entes FF High Speed Prime, Cartoni Focus 22...

30 Información Estratégica **E**ncontró estabilidad el presupuesto...

32 Informe Especial **D**iccionario de Tele Pública 2

40 La Colección de Leonardo García Tsao **L**as 10 mejores películas de Melodramas Maternos

42 Hombres y Mujeres **S**ilvia Lemus, Erwin Neumaier, Mauricio Ochmann...

46 Entrevista **T**oño Huerta

48 Archivo Cueva por Alvaro Cueva **T**odos contra Netflix

50 Investigación **L**as 100 Películas Mexicanas más Taquilleras

54 Informe Especial **L**a Gran Locación del Mundo: CDMX

58 Animación y Postproducción **I**nspiran Efectos Visuales de película Granizo

60 Informe Especial **M**ultiplataforma Gana

64 Detrás de Cámaras **G**anadores Premios RED Pantalla de Cristal

66 Hombres y Mujeres **M**ario Moreno, Cantinflas., Azcárraga...

68 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.: 5528 6050 canal100@canal100.com.mx

“Televisa-Univision; David contra Goliat”

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 fusión Televisa-Univision

Después de varios años de desencuentros entre los consorcios Univision Holdings y Grupo Televisa, dichas empresas decidieron concluir el conflicto entre ambos líderes audiovisuales, cerrar filas, ampliar su capacidad de inversión, fusionar su negocio de contenidos originales y doblar su apuesta por el mercado hispano para hacer frente a la competencia en la nueva era que vive la televisión por internet. Así, siguiendo la inercia de adaptaciones y reconversiones imperante derivada de los cambios estructurales en el terreno de la comunicación nacional e internacional, el 31 de enero de 2022 las dos empresas emblemáticas anunciaron conjuntamente su unificación creando un enorme oligopolio audiovisual denominado Televisa-Univisión con el fin de crear una plataforma multimedia que combine contenidos y medios para competir por el mercado de streaming en habla hispana y enfrentar a Netflix, Disney, Amazon Prime Video, ClaroVideo, OTTs y otros más. En este sentido, la alianza Televisa-Univision es esencialmente el resultado de la rápida expansión de la penetración del internet y de las nuevas plataformas digitales en el nuevo espacio público digital. La lógica de la fusión entre los dos consorcios se gestó para alcanzar el objetivo del streaming con objeto de realizar otro estilo de televisión competitiva donde cualquier consumidor con acceso a internet pueda ver el mismo contenido en distintos momentos y lugares según su elección, sin importar su ubicación en EU, Europa, América Latina o Asia.

Un nuevo titán de las comunicaciones

La agrupación empresarial entre Televisa y Univisión se puede considerar como el segundo evento más importante en toda la historia de la televisión mexicana después de la fundación de Televisa debido al potencial proyectivo que encierra para esta compañía y para su irrupción en el universo de la televisión global. Por consiguiente, tal fusión corporativa no es un simple hecho empresarial menor, sino representa un parteaguas en el devenir de la televisión nacional por el enorme poderío informativo, cultural, de entretenimiento y político que intentará alcanzar mediante su vinculación con Univisión. De esta manera, la asociación Televisa-Univision vincula a dos gigantes audiovisuales líderes para constituir una nueva empresa unificada dedicada a la producción y distribución de contenido en español, convirtiéndose en el grupo mediático de habla hispana más poderoso del mundo, con la biblioteca de contenido en español más extensa de habla hispana. Tal universo de auditorio significa conquistar un escenario muy atractivo, pues representa la cuarta audiencia más grande del mundo en idioma español hablado, después del inglés, el chino mandarín y el hindi. Así, medio siglo después de fundarse Televisa, esta empresa entra

en una nueva etapa globalizadora que le da otro posicionamiento internacional convirtiéndose en un nuevo titán audiovisual.

David vs. Goliat

El propósito de la fusión *Televisa-Univision* es crear una empresa que compita en español con el gigante del entretenimiento del *streaming Netflix*, y contará con contenido de ambas firmas, incluyendo series, películas, deportes y telenovelas. Dicho desafío empresarial en el ámbito de la televisión contemporánea es equivalente a un enfrentamiento entre “*David*” y “*Goliat*”.

La alianza institucional quedó conformada de la siguiente manera: Por un lado, Televisa, aportó cuatro canales de transmisión, 27 canales de televisión de paga, el estudio *Videocine*, el servicio de video a pedido por suscripción de Blim TV y la marca comercial Televisa, los cuales se combinarán con los activos de Univision en los Estados Unidos, y además participará con el 45 por ciento de la sociedad activa. Por otro lado, Univision, incorporó las cadenas de transmisión Univision y UniMás, nueve cadenas de cable en español, 59 estaciones de televisión y 57 estaciones de radio en los principales mercados hispanos de Estados Unidos, además de la plataforma PrendeTV AVOD.

En este proceso es primordial considerar que si la unión Televisa y Univision no logran conjuntamente impulsar sus plataformas de televisión, digital y de streaming en su afán de dominar el mercado hispano en el mundo, el consorcio mexicano puede reducirse sustancialmente o incluso desaparecer, porque con su participación accionaria de 45% será propietaria mayoritaria de esa corporación, comprometiendo sustancialmente el futuro que tenga dicha alianza mediática. En consecuencia, si Televisa no es capaz de transformarse medularmente en sus contenidos ante la producción de *Netflix*, *Prime Video*, *Disney*, *HBO*, etc. el golpe de timón que realizó la empresa para sobrevivir podría hundirla drásticamente.

Hacia una “televisión inteligente”

Ante esta innovación mediática privada es fundamental que el nuevo modelo de audiovisual creado por la super alianza empresarial entre Televisa-Univisión no generen un simple prototipo de difusión de entretenimiento o diversión espectacular, sino que cumplan con su función de servicio público que les corresponde creando un nuevo “modelo de televisión inteligente” caracterizado por producir y distribuir colectivamente aquella información estratégica que requiere la población para atender sus necesidades fundamentales de desarrollo y poder crecer en sus diversos ámbitos de su existencia. De lo contrario, solo se elaborará un modelo de comunicación light para los modernos *neo-jodidos globalizados* a nivel planetario, sin que en el fondo esto implique una nueva alternativa de “televisión inteligente” para avanzar cerebralmente en el siglo XXI ■