

★ REVISTA PANTALLA PROFESIONAL ★

TELEMUNDOCINE



José Antonio Valdés
El cine mexicano de comedia es inverosímil

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



📺 Entrevista Exclusiva
Manuel Villagrán

No importa si es film o video, importa lo que se dice

📺 Reporte Nielsenbope
• Los 15 programas de televisión más vistos

📺 Informes Especiales
• Cámaras JVC
• Chemistry 12 Años
• Luiz Padilha / Sony



📺 Cine Mexicano busca descifrar al Mexican@
Luis Estrada, el director protagonista

📺 Sección **Expo PANTALLA.com**

- Canon R5 C con Dual Fisheye
- Foro 3+4 de iP9 Studios • ARRI Alexa 35
- Telestream Monitoreo • Cartoni Focus 22
- Carritos Backstage



Animación y Post
Aztech gana
Pantalla de Cristal



\$50 pesos MN

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



Revista Pantalla Profesional TelemundoCine
RevistaPantalla.com

Año 30, Nº 186 Ago/Sep 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: **GraphicSolution**
MBM Impresora

Revista TelemundoCine, revista bimestral / Agosto - Septiembre 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, Coyoacán 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.



Entrevista **M**anuel Villagrán

22 **N**o importa si es film o video, lo que importa es...

6 Editorial **L**uz

8 Pantallas y Comercialización **Y** vender más

10 Sección Expo  **C**ámara Canon R5 C, Foro 3+4 de IP9 Studios...

26 Información Estratégica **R**eporte NielsenIbope

28 Informe Especial **C**hemistry 12 Años

36 La Colección de Leonardo García Tsao **L**as 10 mejores películas sobre los celos

38 Hombres y Mujeres **A**na María Lomelí, Adolfo Flores Astudillo...

42 Entrevista  **J**osé Antonio Valdés Peña

44 Archivo Cueva por Álvaro Cueva **P**eriodismo Mediático

46 Investigación **S**on Líderes Aristegui, Ciro, Televisa, Derbez...

50 Informe Especial **L**uiz Padilha / Sony

54 Animación y Postproducción **A**ztech gana Pantalla de Cristal

56 Informe Especial **C**ámaras JVC

60 Detrás de Cámaras  **E**l Cine Mexicano busca descifrar al Mexican@

62 Hombres y Mujeres **S**ara Hoch, Ernesto Herrera, Cesáreo Rangel...

64 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

La propaganda encubierta y las elecciones mexicanas

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)

Equilibrio comunicativo

Con el fin de realizar comicios equilibrados, diáfanos y pulcros que sean respetados por la población, el sistema de partidos políticos y la estructura gubernamental establecida, además de organizar la infraestructura material básica para la operación concreta de las elecciones; el Estado debe regular el equilibrio de participación comunicativa de todos los diversos actores (instituciones, partidos, candidatos y medios de comunicación) que intervienen en la dinámica de la comunicación política. Esto debido a que a través de esta acción informativa se crea la percepción positiva o negativa sobre los contendientes, que posteriormente se traduce en el ejercicio del voto específico por la preferencia o rechazo de una opción partidista u otra.

El marco normativo

Considerando esta realidad el Estado mexicano a lo largo de muchos años elaboró un amplio marco jurídico comunicativo para regular la acción de los diversos actores en el campo de la comunicación político electoral. A través de esta estrategia, se pretendió imposibilitar que los recursos de los grandes monopolios informativos y organismos de presión social, continuaran pervirtiendo la democracia, al conceder que el factor pecuniario definiera qué sujetos y contenidos podían participar en los comicios y cuáles no en el *espacio público mediático* que construyen los canales privados de difusión colectivos para intentar persuadir a la población con su propaganda y, con esto, ganar o perder las competencias electorales.

Con ello, se pretendió acotar legalmente el fenómeno de la *propaganda encubierta* o *publicidad política indirecta* o *propaganda subrepticia* en los medios de comunicación masivos durante las elecciones nacionales para contar con comicios más virtuosos que permitieran crear dinámicas más democráticas en México en las primeras décadas del siglo veintiuno.

Los resquicios

La creación de un tejido jurídico extenso aparentemente canceló durante cierto tiempo la fuerte presión ejercida por los monopolios mediáticos y otros poderes fácticos para impedir que los actores políticos quedaran subordinados a los intereses de los grandes consorcios de la radiodifusión y al “dinero sucio” para cancelar el respaldo ilegal de las fuerzas mediáticas hacia figuras políticas, a cambio de recibir futuros beneficios económicos, políticos, jurídicos y culturales, una vez que éstos ganaran las elecciones en

los diversos cargos de representación nacional.

Sin embargo, pese a los relevantes progresos jurídicos logrados el marco normativo permaneció con diversos vacíos o deficiencias legales muy relevantes que la colocaron en una importante situación de vulnerabilidad regulatoria para situar firmemente bajo el orden constitucional a los *poderes fácticos mediáticos* a otras fuerzas del *dinero clandestino* y equilibrar eficientemente los procesos de transición social. La suma de diversas lagunas jurídicas existentes, la intervención de algunas estrategias de presión que aplicaron los monopolios mediáticos y las consecuencias de distintas inconsistencias de la clase política para sostener firmemente la *Reforma Electoral*; propiciaron que este entramado reglamentario experimentara fragilidad, crisis y quiebre que ocasionaron que el espíritu con el que originalmente fue diseñado se vulnerara afectando la legalidad de las elecciones nacionales en México.

La propaganda ilegal y las elecciones mexicanas

A partir de este momento se acentuó cada vez más la difusión de la *propaganda política encubierta* o *información política integrada* entendida como los espacios fuera de los segmentos comerciales que las televisoras o radiodifusoras venden ilegalmente a los políticos y servidores públicos de elección popular (presidente, gobernadores, legisladores, alcaldes, regidores, síndicos, etc.) e instituciones gubernamentales, para la promoción de su imagen y logros dentro del contenido de programas televisivos o radiofónicos, y que son deliberadamente transmitidos sin ser identificados como publicidad política pagada.

Mediante la instrumentación de este recurso comunicativo ilícito se pretendió crear una mayor conexión emocional entre el político y el ciudadano que no alcanza a producir la convencional propaganda abierta con los spots publicitarios de los partidos.

Corrección del rumbo

Con ello, se quebrantó la equidad, la imparcialidad y la pulcritud electoral introduciendo fuertes vicios comunicativos que pueden abortar los resultados electorales. De aquí, la gran necesidad de formular las transformaciones jurídicas necesarias que permitan anular la existencia de la propaganda clandestina en las dinámicas electorales nacionales permitiendo la existencia de elecciones más limpias y maduras que ofrezcan mayor armonía legitimidad y paz social para la nación ■.....