

★ REVISTA PANTALLA PROFESIONAL ★

# TELEMUNDOCINE



Humberto Padgett  
Reportajes  
de Alto Impacto

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



Entrevista Histórica  
**Álvaro Cueva**

## Azcárraga Jean en oficina de Azcárraga Vidaurreta

Reporte Canacine  
• 30 películas extranjeras  
más taquilleras en México

Informes Especiales  
• Nace EFD Group 360  
• Virtual Media renta Stype  
• Tecnología Panasonic



Bardo es una Gran Película  
González Iñárritu mira a González Iñárritu

Sección **Expo PANTALLA.com**

- Cámaras Vislink 4K • iP9 Studios crece
- Multiviewer Decimator • CTT renta Astera
- Piero de Ross • Blackmagic URSA
- Panther EASY RIDER



Animación  
y Post

EFD Digital  
Casa de Post  
y Efectos Visuales



\$50 pesos MN

Investigación: Cine mexicano grita "¡Auxilio, urgente subir taquilla!"



## Entrevista Entrevista Histórica

Álvaro Cueva entrevista a Emilio Azcárraga Jean

28

12

## Editorial Úsela

14

## Pantallas y Comercialización Todos los días

16

## Sección Expo



Familia Blackmagic con Amtec, l Bolt 6...

32

## Información Estratégica Muy buenos resultados de crecimiento...

34

## Informe Especial EFDGroup 360

42

## La Colección de Leonardo García Tsao

Las 10 mejores películas de los Hermanos Coen

44

## Hombres y Mujeres Eddy Smol, Bertha Navarro, José Woldenberg...

48

## Entrevista



Humberto Padgett

50

## Archivo Cueva por Álvaro Cueva

El Futuro de la Televisión

52

## Investigación

Cine mexicano grita ¡Auxilio! urge subir la taquilla

56

## Informe Especial

Virtual Media renta Stype

60

## Animación y Postproducción

EFD Digital Casa de Post y Efectos Visuales

62

## Informe Especial

Tecnología Panasonic

66

## Detrás de Cámaras



Bardo es una Gran Película...

68

## Hombres y Mujeres

AMLO, Carlos Loret, Emilio Azcárraga Jean

70

## TV Cantropus



Goverra



Revista Pantalla Profesional TelemundoCine  
Revista Pantalla.com

Año 30, N°187 Oct/Nov 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: **Graphic Solution**  
MBM Impresora

Revista TelemundoCine, revista bimestral / Octubre - Noviembre 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.

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

Publicidad y Suscripciones  
Tel.: 5528 6050 [canal100@canal100.com.mx](mailto:canal100@canal100.com.mx)

# Consecuencias Políticas de la Propaganda Encubierta

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 regulación de la comunicación política

El gran esfuerzo legislativo realizado por el Estado mexicano para crear un marco jurídico que permitiera canalizar equilibradamente el funcionamiento de la comunicación política electoral limitó parcialmente los grandes intereses económicos y de poder de los grupos políticos preponderantes y de los grandes monopolios de la comunicación colectiva que anteriormente manipularon los procesos electorales a su favor, convirtiéndolos en inmensas operaciones lucrativas: convertir la democracia en un negocio. Ante tal restricción gubernamental los diversos actores empresariales, políticos y mediáticos, buscaron los resquicios legales o huecos doctrinarios y pragmáticos que quedaron sin resolverse dentro de dicho armazón jurídico de la difusión político electoral, produciendo un nuevo mecanismo paralelo de violación de tal equilibrio virtuoso de la comunicación electoral para corromperla y reforzar colateralmente un negocio clandestino vía la *propaganda encubierta*.

## Consecuencias políticas

Derivado de la aplicación subrepticia de la práctica de la *propaganda encubierta* en México, se produjeron diversas repercusiones, dentro de las cuales en el ámbito político destacaron, entre otras, las siguientes:

1.- Aunque la *Reforma Electoral* de 2007 corrigió de manera importante el modelo de acceso de los políticos a los canales de comunicación, no se modificó radicalmente la dependencia de ellos con respecto a los medios, pues la *propaganda encubierta* abrió la puerta para que continuara existiendo una relación viciada entre ambos sectores (Galarza, 2014).

2.- Las implicaciones de la *publicidad política subrepticia* para la política pueden englobarse en tres aspectos: se deslegitiman los procesos políticos, se simplifica la imagen de la política y, finalmente,

se le concibe como show. Las apariciones de los políticos en contenidos sin profundidad implican la trivialización de la política. La deslegitimación de los procesos políticos se deriva de que se extiende la idea de que la reflexión del voto no tiene vinculación con el resultado, pues éste es decidido de antemano por actores independientes a los ciudadanos.

De esta manera, además de las intenciones e intereses de los medios que refleja el recurrir a la *publicidad encubierta*, otro aspecto que reflejó la aplicación de ésta fue la concepción que los políticos tienen sobre la política y sobre sí mismos: supeditados a los medios de comunicación y con un nivel de discurso insustancial. Frente a la animadversión ciudadana ante la política y la competencia -ya no entre iguales, sino con otros contenidos de mayor interés para la audiencia-, los políticos buscan mimetizarse con los mensajes que son atractivos para tener éxito, minimizando su propia profesión como representantes sociales (Galarza, 2014).

3.- El sistema de medios se convirtió en una pieza clave para que la promoción de los políticos se insertara subrepticamente en contenidos mediáticos diferentes a los mensajes de bloques comerciales (Galarza, 2014).

4.- Vía la práctica de la *propaganda clandestina* se generó una desproporcionalidad entre la libertad de expresión y los derechos de las audiencias.

## ¿Qué hacer?

Ante ello, es fundamental considerar que en una sociedad democrática los fines del mercado y del proceso de acumulación de capital privado no pueden estar por encima de los derechos de la sociedad; sino el interés colectivo es el que debe quedar por encima de los intereses particulares, especialmente mediáticos. Por ello, la sociedad organizada debe exigirles a los congresistas cumplir con su obligación de legislar en materia de *propaganda encubierta* a favor del interés superior de la democracia ■