

# TELEMUNDO


Entrevista con:  
Alma Rosa García  
Directora de Cinemex  
'Nuestra cadena  
devolvió el  
glamour a las  
salas de cine'




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



 **Entrevista Exclusiva con  
Katia D'Artigues**  
Cuenta su historia  
y cómo nace  
el programa  
Shalalá de TV Azteca

 **Sondeo entre publicistas**  
• ¿Qué es mejor, hacer  
publicidad que pegue en  
la mente o en el corazón?

 **Informes Especiales**  
• La línea de equipos Ross  
• CTT y la cámara Sony F35  
• Cámara Panasonic AG-HPX170P

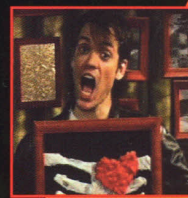


## **DETRAS DE CAMARAS**

Ganan Pantalla de Cristal 35am y El Cielo por La nueva mujer mexicana de Gamesa

del martes 16 al viernes 19 de Junio  
 **Sección** WTC México 2009 **EXPO** CINE VIDEO TELEVISION  
EQUIPO PROFESIONAL

- Nuevas Ikegami HD • Tienda Studio Shop
- Intercomunicación HME • Cañas VDB
- Dollies y Toninas Z-X • Cámara JVC Pro HD
- Escalador y cables Kramer



Animación y  
Postproducción

Gana Pantalla de Cristal  
Sofía Garza-Barba por videoclip de Gastón

Investigación: 182 millones asistieron al cine en el 2008. La misma luna, la mexicana más taquillera







Año 18, N° 105 feb/mar 2009

**Director General  
y Editor**

José Antonio Fernández Fernández  
joseantonio@canal100.com.mx

**Coordinadora de Edición y Diseño**  
Lucrecia Suyín Méndez González  
lucrecia@canal100.com.mx

**Colaboraciones Especiales**  
Guillermo Montemayor G.,  
Martha Ramírez, José Rodríguez

**Consultor de Nuevas Tecnologías**  
Rodrigo Gutiérrez Fernández  
rodrigo@canal100.com.mx

**Colaboradores, Articulista y Reporteros**  
Humberto Aguinaga, Álvaro Cueva, Javier Esteinou,  
Juan Farre, Fátima Fernández, Jerónimo Fernández Casillas,  
Nicolás Fernández Casillas, Leonardo García Tsao,  
Goverra, Carlos Gómez Chico, Adriana Nolasco, Juan  
Ibargüengoitia, Susana Jaliffe, Manolo, Benjamín Méndez,  
Enrique Quintero, Florence Toussaint.

**Coordinadora Administrativa**  
Socorro García Bonilla  
socorro@canal100.com.mx

**Coordinador Distribución,  
Tráfico y Archivo**  
Víctor Manuel Mendoza Paredes  
victor@canal100.com.mx

**Coordinadora de Eventos y  
Desarrollo de Diseño**  
Patricia D. Morales Hernández  
patricia@canal100.com.mx

**Asistente Distribución, Tráfico y Archivo**  
Martín Rogelio Anzures Pérez

**Fotografía**  
Víctor Manuel Mendoza Paredes y  
Rocío Magaña

**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

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

**Investigación: 182 millones asistieron al cine en 2008. Pág. 50**

**Hombres y Mujeres en Primer Plano** pág. 34

**Entrevista con Alma Rosa García** pág. 38

4	Editorial	Fort Lauderdale
6	Pantallas y Comercialización	En la mente...
8	Expo	Monitores Boland Apuntadores Phonak ...
14	Entrevista	Katia D'Artigues
22	Información Estratégica	No rotundo...
24	Informe Especial	La línea Ross
32	La Colección de Leonardo García Tsao	Las diez mejores películas de Artes Marciales...
44	Nuevas Tecnologías	Bienvenidos los Supervisores
52	Animación y Postproducción	Gana Pantalla de Cristal Espina Blanca Productions por videoclip Nobodys Girl de Gastón
54	Informe Especial	CTT y la cámara Sony F35
58	Informe Especial	Nueva cámara Panasonic AG-HPX170P
62	Noticias, Sugerencias, Consejos y...	Gana Javier Esteinou Segundo Certamen Nacional de Ensayo...
64	Detrás de Cámaras	Ganan Pantalla de Cristal 35am y El Cielo por La Nueva Mujer mexicana / Gamesa
66	Sondeo de Opinión	¿Qué es mejor, hacer publicidad que pegue en la mente o en el corazón?
70	Hombres y Mujeres	Carlos Cuarón ...
72	TV Cantropus	por Goverra



# El derrumbe económico mundial y el Modelo de Comunicación Casino

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.)

La crisis global económico social que han vivido todas las sociedades contemporáneas durante los años 2008 y 2009, tuvo su origen en el funcionamiento del “*modelo de la economía de casino*”, cuyo motor no estuvo fundado en la producción de bienes materiales reales; sino en una “*economía virtual*” conformada por inversiones especulativas e imaginarias que no crearon riqueza material concreta, ni contaron con respaldos reales de capital efectivo que los sostuviera. De esta forma, la economía de trabajo y de producción real fue substituida por la economía ficticia de casino, dominando la dinámica de esta última sobre toda la organización económica, creando gradualmente un largo círculo vicioso económico que generó, a largo plazo, el derrumbe del sistema financiero mundial.

Sin embargo, para que pudiera funcionar a nivel material dicho “*modelo de economía casino*”, se requirió contar también a nivel ideológico con el respaldo y la actuación intensiva de sus correspondientes valores subjetivos y procesos de comunicación de casino. Así, paralelamente a la transformación económica especulativa se creó el “*modelo de comunicación casino*”, que se basó en la creación y promoción constante de una mentalidad de valores bárbaros del capitalismo salvaje que respaldaron y movilizaron socialmente como una gran oportunidad de compra las “*inversiones basura*”, los derivados financieros y otros productos paralelos que durante varios años había generado este modelo especulador.

Dicho prototipo de comunicación neoliberal de “libre mercado informativo” se caracterizó por estructurarse con dos apoyos comunicativo culturales centrales: Por una parte, a través de los medios de difusión colectivos y otras infraestructuras de marketing, creó múltiples campañas de persuasión publicitaria para que los diversos públicos adquieran con grandes facilidades los paquetes económicos, fondos de inversión, instrumentos

de deuda, montos de acciones que estaban compuestos por las *hipotecas subprime*, inversiones tóxicas, “pirámides financieras”, etc. que ofrecían engañosamente a los clientes grandes rendimientos bancarios a corto plazo.

Por otra parte, fomentó intensivamente, vía la estructura mediática de los medios de difusión masivos, especialmente de los canales electrónicos, una cultura cotidiana del consumo exacerbado basado en el gasto abusivo del monto de las tarjetas de crédito, la *racionalidad light*, la ausencia de pensamiento crítico, la información epidérmica, el *narcisismo* como éxito social, la alimentación insaciable del “*Yo Desatado*”, la felicidad inmediata, la ganancia a corto plazo, la atracción por el espectáculo, la frivolidad, la sensación de los efectos, el vicio por las experiencias adrenalínicas, la diversión permanente, etc. como sentido profundo de vida y como modelo del éxito social que favoreciera a nivel subjetivo y material la expansión de ese modelo económico basado en la especulación y las apuestas financieras.

Ante ello, es imperioso asimilar que, en última instancia, esta crisis global fue una drástica crisis de valores culturales, morales y de visiones esenciales de la vida que llegaron a su límite extremo de aplicación anárquica. Por consiguiente, para resolverla, también en última instancia, se requiere realizar una profunda reforma moral de las cosmovisiones y comportamientos salvajes de las sociedades modernas, especialmente occidentales, que es donde anidó el virus mental que provocó el sismo civilizatorio mundial ■