

★ REVISTA PANTALLA PROFESIONAL ★

TELEMUNDOCINE



Fredy y La Caracola
La increíble y alegre historia

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

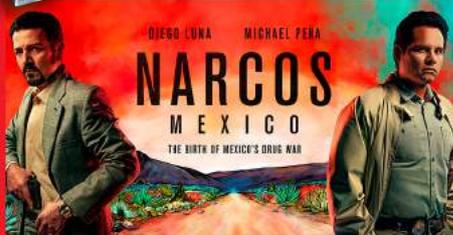


Entrevista Exclusiva
Eugenio Caballero

El Director de Arte debe encontrar el corazón visual de una película

Informes Especiales

- Boom Cancún
- México es Audiovisual
- Producción Virtual Sony



16 Puntos Clave del Poder de Netflix
Sus series ganan Pantalla de Cristal

Sección Expo PANTALLA 2024

- Camera 6K Pro
- Robóticas Panasonic
- FUJIFILM XApp
- Paquetes de Cámara CTT
- EFD Renta lentes
- Zhiyun CRANE 4
- Dolly Panther X-Type



Animación y Post
Jefe PreProPost el nuevo puesto en el set



\$50 pesos MN

Sondeo: A la alza, Ciro, Javier Alatorre, Aristegui, Azcárraga Jean, Epigmenio...



@RevistaPantalla



Entrevista Eugenio Caballero

El Director de Arte debe encontrar el corazón visual...

30

12

Editorial Otis

14

Pantallas y Comercialización Internet sí conquista

16

Sección Expo



Pocket Cinema Camera 6K Pro, Fujifilm X-S20..

34

Información Estratégica Vive un gran momento de esplendor...

36

Informe Especial Boom en Cancún

44

La Colección de Leonardo García Tsao Las 10 mejores películas ganadoras de la Palma...

46

Hombres y Mujeres Paola Anaí Hernández, Matías Gruener Zabaleta...

50

Entrevista Fredy y La Caracola



52

Archivo Cueva por Alvaro Cueva Plataformas, Cine y Televisión

54

Investigación Son líderes Javier Alatorre, Ciro Gómez Leyva...

58

Informe Especial México es imán para producir

62

Animación y Postproducción PreProPost el nuevo puesto en el set

64

Informe Especial Producción Virtual Sony

68

Detrás de Cámaras



16 puntos clave para comprender el poder de Netflix

70

Hombres y Mujeres Gary Alazraki, AMLO, Luis Estrada...

72

TV Cantropus



Revista Pantalla Profesional TelemundoCine
RevistaPantalla.com

Año 30, Nº 193 Oct/Nov 2023

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 2023. 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, 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.

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

“Medios públicos y elecciones 2024”

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)

El Proceso Electoral 2023-2024 será el suceso de renovación de poderes públicos más grande que ha tenido México a lo largo de toda su historia. En dicha dinámica comicial participarán 98,799,321 ciudadanos para celebrar múltiples elecciones federales y estatales con la concurrencia de las 32 entidades federativas para elegir 20,375 cargos de representación popular.

Con el fin de ejercer su voto los ciudadanos tendrán que informarse sobre la existencia de los distintos candidatos a los cargos de representación popular y sus respectivos ofrecimientos partidistas para cada función política. Para ello, los partidos políticos y sus contendientes tendrán acceso a 3,726 estaciones de radio y canales de televisión que integrarán el catálogo oficial de medios, de los cuales, 2,304 serán estaciones de radio y 1,422 corresponderán a estaciones de televisión.

Dentro del escenario electoral 2023-2024 es muy relevante analizar el papel que desempeñarán los medios de difusión públicos en la transmisión de la comunicación política para permitir que los ciudadanos participen consciente y responsablemente en este magno proceso electoral nacional.

Considerando el marco jurídico existente sobre los medios de Estado estos quedaron obligados a cumplir con las bases normativas de independencia, objetividad, pluralidad, ética, legalidad, transparencia, etc. que caracterizan su desempeño como canales de comunicación de servicio público. Tales principios son el marco de funcionamiento institucional que deben seguir los medios públicos como el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano Canal 14, Canal 11, Canal 22, TV Capital 21 de la CDMX, el Instituto Mexicano de la Radio, Radio Educación, Radio Altavoz y diversos medios de gobierno de las entidades del interior de la República Mexicana.

Contemplando la existencia de las directrices anteriores, las políticas de información de los medios públicos en el gobierno de la Cuarta Transformación funcionaron diferenciadamente bajo la realización de dos mecánicas básicas de propagación para informar a la sociedad: la fase de la “diferenciación ante los medios comerciales” y la fase de la “legitimación ideológica del régimen vigente”.

De esta forma, en un primer momento, en la etapa de “diferenciación frente a los medios comerciales”, los canales de Estado se caracterizaron parcialmente por transmitir con buena calidad, originalidad y empeño, múltiples flujos de mensajes muy valiosos de carácter educativo, cultural, informativo, de entretenimiento y de opinión.

Las importantes normatividades sobre la comunicación de servicio público, obligan a los medios públicos a mantener la autonomía ante las presiones de las fuerzas del poder estatal, significa que no es su papel la legitimación del sistema de gobernabilidad reinante.

Los canales de comunicación públicos requieren alejarse de prácticas persuasivas que intenten cobijar las políticas de gobernabilidad del nuevo sistema político, a través de noticiarios, entrevistas selectivas, transmisiones remotas, programas especiales, cápsulas políticas, “revistas culturales”, publicidad institucional, crónicas a modo, insertos informativos coyunturales, parodias, producciones excepcionales, reportajes gubernamentales especiales, etc.

El comportamiento comunicativo de carácter proselitista de los medios públicos no debe convertirse en un suceso preocupante, lo es si se observa una tendencia repetitiva e intensiva para aplicar bajo mecanismos publicitarios sesgados apoyos selectivos evidentes. Los canales públicos no están hechos para ser herramientas propagandistas que tengan por objeto favorecer a los candidatos de ninguna alianza política en las votaciones del 2024.

Los medios de comunicación de servicio público deben actuar como instituciones de Estado que nutran ampliamente la conciencia de todos los individuos, ofreciendo a la audiencia información imparcial, plural, objetiva, veraz, transparente y oportuna con el fin de permitir que los ciudadanos puedan decidir autónomamente su presente y futuro; lo que se traduce en tiempos electorales en votar de manera informada y con libertad. La sociedad debe exigirle al Poder Ejecutivo que en el proceso electoral de 2024 los medios de comunicación de servicio público actúen como instituciones de Estado que nutran ampliamente la conciencia de todos los individuos con información imparcial, plural, objetiva ■