

TELEMUNDOCINE



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



Entrevista Exclusiva **Estrella Solís**

Interpreta a Polly en el Club, el personaje que transforma la serie

Informes Especiales

- Nacen iP9 Studios
- eLigaMX con Magnum
- Sede ExpoPantalla.com

MÁXIMO DE ALERTA SANITARIA

ALTO

INTERMEDIO

COTIDIANO

des HECHO EN CASA

CONTRA EL COVID-19

VID-19 | PANDEMIA MUNDO

219 MIL CONTACIOS

129 MIL SIGUIEN ENFERMOS

8 MIL 927 MUERTOS

55 8080 0606

TIEMPOS DE PANDEMIA EN PANTALLA

Sección EXPO CINE VIDEO TELEVISIÓN CIUDAD PANTALLA

- Monetización Amtec • Sony PXW-Z280
- Robóticas Panasonic
- Dolly Panther • Teletec Set en Casa
- Artec Post-Remota con Avid



Animación y Post Los postproductores nunca están solos



Investigación: Se producen 216 películas en México en 2019, estrenan 101

\$50 pesos MN

CONTROL TOTAL CO

Los modelos Panasonic compatibles con NDI
robóticas PTZ (Pan / Tilt / Zoom) así como e
Compatibilidad con

YouTube **LIVE!**

RT

LA



AW-UE150W



AW-HN40W



AW-UE130W



AG-CX350



AV-HLC100

*Càmaras robòtiques de series HN/UN con licencia NDI|HX incluida.

NDI|HX

 PanasonicBusinessMexico

Contacto: 54 88 10 00 EXT: 5233 / 5365
www.panasonic.com.mx / http://pro-av.panasonic.net
Correo: avprodmx.panasonic.com

EN UNA SOLA MANO

NDI|HX incluyen una línea completa de cámaras
del Centro de Producción en vivo AV-HLC100.
ecosistema NDI|HX

MP



LIVE

AN



AK-UC4000GSJ



AK-UCU600PJ



AJ-PX800GH

CÁMARAS EN ESTUDIO O EN CAMPO

Panasonic
BUSINESS

TRABAJANDO JUNTOS, LOGRAREMOS SALIR ADELANTE ¡FUERZA MÉXICO!

AMTEC

A

EL TAMAÑO IMPORTA. EL DESEMPEÑO MARCA LA DIFERENCIA.



- MINITRANSMISOR DIGITAL **ULTRALIGERO** DE BOLSILLO.
- EL ARMAZÓN DE METAL ES **RESISTENTE AL AGUA**.
- BATERÍA GARANTIZA **12 HORAS** DE OPERACIÓN CONTINUA.
- FRECUENCIA DE RED EQUIDISTANTE PARA **CONDICIONES HF** ALTAMENTE DEMANDANTES.

 **SENNHEISER**



EXCELENCIA

EN COMUNICACIONES
Y TECNOLOGÍA

DISTRIBUCIÓN Y TRANSMISIÓN DE SEÑALES

Streaming
OTT y Redes Sociales
Automatización y diseños de flujos de trabajo



GOBIERNO

Equipamiento salas de juicios orales

IT Y SEGURIDAD

Seguridad informática
Almacenamiento
Business Inteligence



PRODUCCIÓN EN AUDIO Y VIDEO



Estudios
Eventos en vivo
Unidades Móviles
Audio
Closed Caption
Sistemas de producción
Control de Calidad
Automatización y diseños de flujos de trabajo

SENNHEISER

SHAPE

telestream

ENCO

Vela



DALET

XenData

datavideo

verizon
digital media services

Blackmagicdesign

CueScript
A WAY WITH WORDS

COBALT

VISLINK
Technologies



QUALSTAR

TSL Products

ADTEC
Digital

embrionix

WELLAV

RIEDEL

LINEAR
ACOUSTIC
AUDIO UNDER CONTROL

FOR.A
INNOVATIONS IN VIDEO
and AUDIO TECHNOLOGY

BRIDGE TECHNOLOGIES

EAWARE

Marshall
Electronics

CARTONI
PROFESSIONAL CAMERA SUPPORT

SIMPLY LIVE

THE TELOS ALLIANCE



@Excomunitec



www.excomunitec.com.mx



(55) 55230350



Enrique Rebsamen No.736

Col. Narvarte México CDMX



ventas@excomunitec.com.mx

La Nueva Sede
Expo Virtual



SONY

¡DESCUBRE EL MUNDO DE 4K HDR!

INNOVACIÓN CON EXCELENTES NIVELES EN CALIDAD DE IMAGEN, PORTABILIDAD Y FLEXIBILIDAD CREATIVA

PXW-Z280

Sensor 3CMOS 4K de 1/2"



PXW-Z190

Sensor 3CMOS 4K de 1/3"



Tarjeta de Memoria SxS



- Tarjetas de memoria SxS Pro+ y SxS-1 con velocidades de transferencia de hasta 440 MB/s
- Ofrece mayor rendimiento y confiabilidad para las videocámaras
- SxS Pro+ disponibles en : 64GB, 128GB, 256 GB
- SxS-1 disponibles en: 32GB, 64GB, 128GB

Tarjeta de Memoria Serie SF-G Tough UHS-II SDXC

- Capacidad de almacenamiento : 32GB, 64GB y 128GB
- UHS-II / U3 / Class 10
- Velocidad Lectura Maxima: 300 MB/s
- Velocidad Escritura Maxima : 299 MB/s
- Especificaciones de Alta Resistencia



Tarjeta de Memoria Serie SF-M UHS-II SDXC

- Capacidad de almacenamiento: 64GB, 128GB y 256GB
- UHS-II / U3 / Class 10
- Velocidad Lectura Maxima: 277 MB/s
- Velocidad Escritura Maxima : 150 MB/s



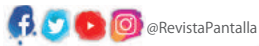
4K HDR XDCAM™ Exmor R™ 3CMOS XAVC MPEG HD422 DVCAM™ SxS™ SxS™ Wi-Fi CERTIFIED

www.pro.sony

Sony.ProfessionalLatinAmerica

@SonyProLatin

© 2019 Sony Latin America. Todos los derechos reservados. La reproducción total o parcial sin aprobación por escrito está prohibida.



@RevistaPantalla

Revista Pantalla Profesional TelemundoCine
RevistaPantalla.com

Año 27, Nº 172 Abr / May 2020

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

Coordinador Distribución, Tráfico y Archivo

Víctor Manuel Mendoza Paredes
victor@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

Víctor Manuel Mendoza Paredes
y **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 2020. 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 Elote 3 piso 4 Col. La media luna Coyoacán C.P. 04737, D.F. Distribuidor: Servicio Postal Mexicano, Calle Higuera 23 Col. Barrio la Concepción, Coyoacán C.P. 04020, México D.F. Impresa en MBM Impresora, Mirador 77, Tepepan, Xochimilco, CP. 16020 México D.F. Derechos Reservados. No se devuelven materiales. Los anuncios son responsabilidad de la compañía que los firma.



Entrevista **E** Estrella Solís

14

Interpreta a Polly en la serie El Club

4

Editorial **A** la altura

6

Pantallas y Comercialización **E**l Story-Doing

8

Sección Expo 

Monetización Amtec, Sets en casa...

18

Información Estratégica **L**ogra la epidemia del Covid-19...

20

Informe Especial **T**UDN y Magnum resuelven reto de eLIGAMX

28

La Colección de **L**as 10 mejores películas de Comedia Negra
Leonardo García Tsao

30

Hombres y Mujeres **J**enaro Villamil, Andrés Bustamante...

34

Entrevista  **J**ulio Di-Bella conduce...

36

Archivo Cueva por **T**elevisión y Pandemia
Alvaro Cueva

38

Investigación **S**e producen 216 películas en México en 2019...

42

Informe Especial **N**acen iP9 Studios

46

Animación y Postproducción **P**ost Remota no es Control Remoto

48

Informe Especial **N**uestra Nueva Sede ExpoPantalla.com

52

Detrás de Cámaras  **T**iempos de Pandemia en Pantalla

54

Hombres y Mujeres **J**enaro Villamil...

56

TV Cantropus  por **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

Presentamos nuestra Nueva Sede 2020

Entra directo en la siguiente dirección

Expo
PANTALLA.com **2020**

Ahora por primera ocasión

Expo Virtual

Martes 18 al jueves 20

Agosto 2020

EXPO CINE
VIDEO
TELEVISIÓN

ExpoTelemundoCine^{MR}

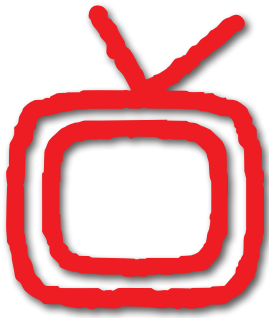
Es la Expo de la RevistaTelemundoCine

RevistaPantalla.com

organizada por

RevistaPantalla.com

RevistaTelemundoCine



A la altura

Uno de los documentales más utilizados por maestros de psicología, es el que cuenta cómo un alpinista logra llegar a la cumbre, la producción se llama Solo. Es un documental de gran fama, se ha proyectado cualquier cantidad de veces en salones de clase de todo el mundo.

El protagonista no dice una sola palabra. El espectador solo sabe que el alpinista lo que intenta es subir y subir, hasta llegar a la cumbre. Para conseguir su objetivo, el alpinista debe vencer todas las adversidades, que no son pocas. Se le presentan una detrás de la otra. El espectador puede escuchar la respiración del alpinista y las ráfagas de viento helado que golpean su rostro y manos. La narración da cuenta de cómo se le va deteriorando la piel de cachetes y puños, se le reseca hasta sangrar.

Al ver el documental Solo, **mi imaginación creó una segunda historia que quiero aquí contar, la hazaña del alpinista me emociona:**

Mirar la cima es el aliciente mayor para el alpinista, no la puede ver del todo, pero la imagina, sabe que está detrás de esa inmensa pared de roca que debe escalar. La fuerza del alpinista es descomunal, aún así parece que va a desfallecer. Pero sabe que en esos momentos del partido lo que le corresponde es comportarse a la altura de las circunstancias, para eso se preparó por meses y años. Su estado de ánimo es posible que quiera flaquear, lo salva una ventaja: trae otros estados de ánimos guardados en las bolsas de su chamarra y del pantalón, en su mochila. Algunos estados de ánimo los encontró en el camino y los guardó para lo que se pudiera ofrecer. Cada alcayata es un estado de ánimo, cada rayo de sol también. Cada sorbo a la cantimplora, cada vez que logra escalar una enorme pared de la montaña, al parecer infranqueable, otro nuevo estado de ánimo aparece frente a sus ojos. Cada copo de nieve que deja atrás y cada sensación de avance, traen chispeantes estados de ánimo que por supuesto guarda cuidadosamente en su mochila.

Arriba, bien arriba de la montaña, cuando se puede observar el gran paisaje desde las alturas, al alpinista le pareció ver un gran letrero espectacular que decía: "no olvides que siempre, aquí arriba y allá abajo, debes comportarte a la altura de las circunstancias". El letrero tenía luces, estuvo frente a sus ojos durante un largo rato y de pronto desapareció de un plumazo.

El alpinista sabe que ese letrero no fue una alucinación, lo que vio fue un recordatorio. Le recordó una anécdota que alguna vez le contó un buen amigo: le platicó que una tarde, cuando se estaba lavando las manos en el baño de un restaurante, una persona que nunca había visto antes, que también se lavaba las manos en ese mismo momento junto a él, le advirtió: "tenga cuidado, mucho cuidado". El amigo del alpinista se molestó con el extraño, reaccionó enojado: "¿y usted por qué me dice eso, ni me conoce?" El extraño le respondió así: "se lo digo por la forma en la que se mira en el espejo, ¿usted quién se cree?"

Cuando el alpinista estaba cerca de la cumbre, luego de recordar la advertencia que el extraño le había hecho a su amigo, pensó en ese letrero luminoso gigante que pudo ver a lo lejos: "hay que saber comportarse a la altura de las circunstancias, cuando estás arriba y cuando estás abajo".

El alpinista llegó a la cumbre, escribió ahí una nota que dejó ahí mismo dentro de una botella. La amarró a la tradicional banderola que señala el lugar exacto de la cima. Cuando otros alpinistas alcanzaron el pico de la montaña, encontraron la nota dentro de la botella. Luego de leerla, miraron a lo lejos y vieron el anuncio luminoso. Esbozaron apenas una sonrisa y dieron gracias, cada quien a su manera (JAF) ■

Déjate sorprender...



- VENTA Y RENTA DE EQUIPO
- MULTICOPIADO
- TRANSFER

- PRODUCCIÓN
- POST-PRODUCCIÓN
- SERVICIO

FUJIFILM Panasonic

AZDEN
QUALITY YOU CAN HEAR

CARTONIE
PROFESSIONAL CAMERA SUPPORT

PHABRIX®
broadcast excellence

Imagine
COMMUNICATIONS



EditShare®

GATESAIR

EVS

HITACHI
Inspire the Next
DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO

FURUKAWA ELECTRIC
Optical Cable and Accessory for TV Camera

AEQ

Canon

FOR.A®
INNOVATIONS IN VIDEO
and AUDIO TECHNOLOGY

JVC
The Perfect Experience

ABonAir
Live Excitement Wirelessly

ikam

ACEBIL
Camera Support Equipment

Barranca del Muerto No. 512, Col. Los Alpes, C.P. 01010, Del. Alvaro Obregón
Tel./Fax: 5664-3500, 5651-8410, Lada sin costo: 01-800-830-0542
www.escapeaudio.com.mx e-mail: eduardohp@escapeaudio.com.mx

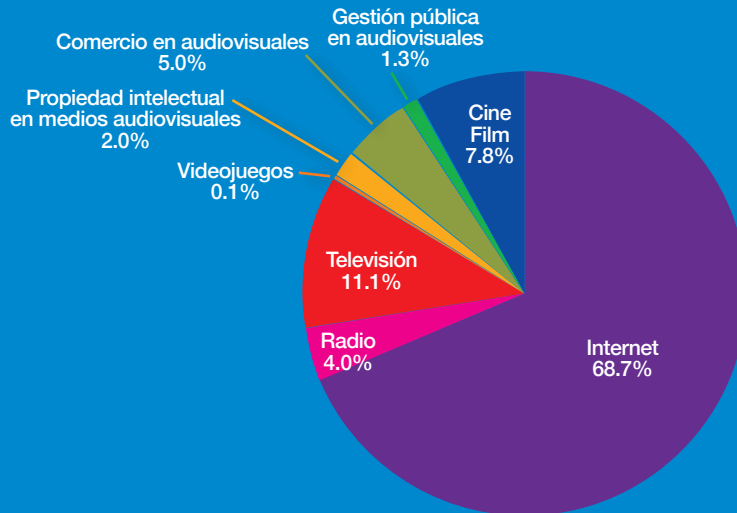
El Story Doing

Lo cierto hoy es que la mayoría de las marcas publicitarias de mayor fama (autos, comida, bancos, productos de higiene y salud...) no encontraron la manera de comunicarse con la población de manera efectiva en tiempos de El Encerrón por la pandemia, lo que sin duda es un caso de estudio para la comunidad publicitaria.

La población en México estuvo encerrada poco más de tres meses y no se recuerda ninguna campaña publicitaria de marcas comerciales realmente memorable que haya acompañado a los habitantes del país durante estos días aciagos.

La problemática para crear campañas publicitarias en tiempos de El Encerrón, fue (y sigue siendo) la siguiente: no se puede hacer la misma publicidad de siempre, ahora la publicidad debe tener sensibilidad social, como explica Alejandro Ramos, Director de Ikarus y el programa Estatus. Es tiempo de pasar del "Story-Telling" al "Story Doing", se trata de contar qué estamos haciendo, no solo de contar historias. Poner en pantalla lo que están haciendo las marcas es el puente de conexión ■

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PIB DE MEDIOS AUDIOVISUALES EN 2018



• En la gráfica de arriba sorprende el alto porcentaje que domina internet, confirma que es toda una industria en crecimiento muy poderosa alimentada por todas las industrias culturales, incluyendo la televisión que antes del internet era el medio que incluía a todos los medios. La gráfica es de México ■

Fuente: Cuadro elaborado por la Revista Pantalla Profesional TelemundoCine con datos Anuario IMCINE

Números suben y otros bajan

Los números financieros de la industria audiovisual que iban bien encaminados -prácticamente todos en este 2020-, se encontraron de pronto con un escollo no esperado que de forma increíble le dio empuje a algunos medios y plataformas.

1. Las OTTs recibieron un empujón del Covid-19, los números de Netflix crecieron más de lo esperado. Alcanza ya más de 180 millones de suscriptores a nivel mundial, con un ritmo de crecimiento que había sufrido un leve tropiezo hace apenas unos meses. Pero hoy Netflix crece, recordemos que su techo son 700 millones de suscriptores en todo el planeta, que son el número de abonados a sistemas

de televisión de paga en el mundo.

2. Por su parte, los indicadores han mostrado un crecimiento en la audiencia de la tele pública hasta de 30 por ciento, Canal 22 creció más del 100 por ciento en redes sociales. Las películas de Hermosillo en Canal 22 han logrado reunir a medio millón de espectadores frente al televisor.

3. El caso de los canales de tele abierta comerciales es particularmente difícil de comprender:

- Por una parte sabemos que su audiencia ha aumentado en sus distintos horarios.

- Sin embargo, los reportes financieros indican que tuvieron una caída en ingresos por publicidad.

- Su ecuación debería de ser favorable por el aumento de espectadores ■

El Gran Nuevo Reto para el cine mexicano

Ahora al cine mexicano le cambió el panorama en un abrir y cerrar de ojos, justo cuando el boom-boom de producción estaba en su Nivel Alegría:

- Los fondos Foprocine y Fidecine se convierten en uno solo, lo que no es una buena idea. Y digo que no lo es porque Foprocine se ideó para producir cine de autor y de carácter cultural, mientras que Fidecine nació con el ánimo de hacer películas con nivel de calidad que busquen también taquilla.
- Pero ante el Covid-19 lo que queda es apechugar, no hay otra

opción, eso le debe quedar muy claro a todos, a moros y cristianos.

- El nuevo gran reto para Imcine, (léase María Novaro y toda la comunidad cinematográfica) es sacar adelante al cine nacional con lo que haya disponible, significa lo siguiente:
 - **Primero, no detener** el boom-boom de producción, es decir: si los fondos se ajustan, entonces lo conducente es ajustar presupuestos, NO producir menos.
 - **Segundo, ahora todos** los que produzcan cine deben estudiarle para que la calidad sea la más alta, aún cuando se ajusten presupuestos ■

Televisa hace su Plan de Salida del Covid-19

Televisa informó a sus accionistas que con su estrategia de respuesta al Covid-19, su expectativa es que para agosto las aguas vayan tomando su nivel y que la gran compañía no resulte mayormente afectada.

- Buscan el apoyo de sus proveedores para enfrentar el parón inesperado.
- También echan mano de su videoteca, lo que significa una reducción de costos temporal.
- Pero a su comunicado le haría bien un plus: apostar por su creatividad en la creación de contenidos, es su verdadero valor ■



Revista TelemundoCine
 Versión Digital en RevistaPantalla.com

AMTEC SOLUCIONES REMOTAS Y MONETIZACIÓN

Amtec (amtec.com.mx / 55-23-14-18), compañía que dirige Andrés Martínez Ríos, distribuye toda la familia de equipos Ikegami, Blackmagic, Arri, Anton Bauer y Harmonic, entre otras marcas. Desarrolla Proyectos Llave en Mano y Soluciones Amtec para canales de tele, cine, OTTs, universidades, centros de postproducción y producción, youtubers, iglesias, canales de tele de paga, eventos especiales y ahora también para la familia teatral.



• Soluciones de Calidad para Producción Remota

Amtec se distingue desde su fundación como una empresa que ofrece siempre soluciones de la más alta calidad a sus clientes.

- En el caso de la producción remota, considera todas las variantes posibles, incluyendo el modelo OTT.
- La calidad es un factor muy importante en un medio de comunicación para que se dé la permanencia y el retorno de los espectadores.
- Las Soluciones Amtec consideran un Flujo de Trabajo básico y fuerte a la vez, personalizado, que responde a las necesidades de los productores, considerando siempre una óptima relación costo-beneficio.
- Cuentan con Soluciones para realizar transmisiones desde casa. Amtec observa que las producciones desde casa seguirán desarrollándose aún después de la pandemia.

• Amtec Monetización para Espectáculos / Teatro / Conciertos...

Amtec ofrece distintas configuraciones para quienes desean Soluciones de Monetización, por ejemplo: grupos de teatro, conciertos, escuelas, centros de capacitación, shows, cantantes, comediantes, médicos especialistas...

- Cada configuración toma en cuenta que los niveles de inversión sean factibles desde el punto de vista económico, cada caso es distinto.
- La solución incluye la difusión multiplataforma, vía FB, YouTube y también creación de OTTs propias y otras soluciones.

COBERTURA MAGNUM LiveU

La compañía Magnum (magnumdigital.com.mx / 56-15-74-19), que dirige Jorge Camacho, está especializada en desarrollar proyectos para transmisiones en vivo desde cualquier punto con cobertura 3G/4G y próximamente 5G. Magnum es la empresa que trajo a México la tecnología LiveU.

• Magnum da Soporte LiveU

- Existen más de 600 licencias LiveU activas en México, todas con el respaldo de Magnum, muchas de ellas dedicadas a la cobertura de noticias y de programas de entretenimiento.
- El diseño tecnológico de la eLigaMX BBVA fue desarrollado de manera conjunta por TUDN, Magnum y LiveU, utilizando su tecnología LiveU Matrix.

- Magnum capacita y certifica a camógrafos, asistentes, operadores



de audio, reporteros, productores, directores, actores y actrices y también a videojugadores para que puedan operar los equipos LiveU con toda confianza y seguridad.

- Con las transmisiones de la eLigaMX BBVA, sin duda LiveU pasó la prueba de fuego. Nunca antes sus equipos y tecnología se habían utilizado de forma tan intensa para producir una liga de fútbol virtual profesional con todos los videojugadores desde sus casas, y también desde sus casas los comentaristas.

Del martes 18 al jueves 20 de Agosto 2020

No se pierda la mejor EXPO de AMÉRICA LATINA / ExpoPantalla.com

Es la Expo organizada por **RevistaPantalla.com** / Revista TelemundoCine

CÁMARA ROBÓTICA PROFESIONAL AW-UE150



1 ALTA CALIDAD DE VIDEO 4K 60P HDR (HLG)

Sensor MOS de 1.0" que permite grabación de alta sensibilidad con bajo ruido.

2 ÓPTICA PROFESIONAL

Acercamiento óptico de 20x / Amplio rango horizontal de 75.1° Estabilizador de Imagen Óptico integrado.

3 RECORTES DE IMAGEN 4K

Función de recorte de imagen en tomas 4K, hasta 3 recortes.

4 NDI|HX

Compatibilidad con ecosistema NDI|HX para excelente calidad de transmisión.

5 VERSATILIDAD DE INTERFACES DE VIDEO

Soporta múltiples interfaces; 12G-SDI, 3G-SDI, HDMI, IP e incluso salida de Fibra óptica. Adicionalmente cuenta con salida simultánea 4K/HD.

6 SOPORTE A PROTOCOLO FREE-D

Integración de Cámara a sistemas de estudio virtuales.



LA CÁMARA PTZ DE NUEVA GENERACIÓN SOPORTA PRODUCCIÓN DE VIDEO DE ALTA CALIDAD EN ESTADIOS, SALAS DE CONFERENCIAS, IGLESIAS Y OTROS LUGARES. OFRECE 4K 60P DE ALTA CALIDAD. LA CÁMARA ESTÁ EQUIPADA CON VARIEDAD DE INTERFACES DE VIDEO Y SOPORTA SALIDA 4K / HD SIMULTÁNEAMENTE LO QUE PERMITE VERSATILIDAD EN ACTUALES Y FUTUROS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN.

 PanasonicBusinessMexico

Contacto: 54 88 10 00 EXT: 5233 / 5365
www.panasonic.com.mx / <http://pro-av.panasonic.net>
Correo: avpro@mx.panasonic.com

Panasonic
BUSINESS

POST-REMOTA ARTEC 2020 CON AVID, NO ES NUBE

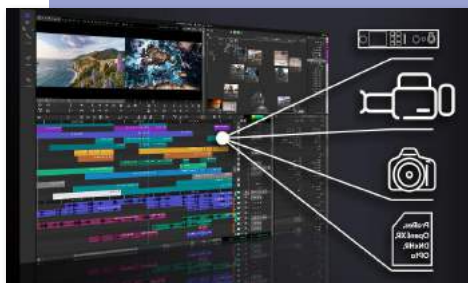
La compañía Artec (artec.com.mx / 56-59-90-60), que dirige el Ing. Jaime Tovar, ha mantenido el paso como líder en soluciones de post basadas en Avid a lo largo de ya casi tres décadas.

• Artec Post-Remota con Avid, no es nube

- En plena contingencia del Covid-19, el Ing. Jaime Tovar se metió de lleno a estudiar opciones para crear una solución ideal encaminada a la nueva era de postproducción remota.

- Los grandes productores de comerciales ya han explorado desde hace muchos años la postproducción remota colaborativa, que va desde la supervisión hasta el contacto directo con el director pasando por el trabajo en simultáneo de distintos artistas de la post.

- Lo interesante del caso Post-Remota Artec 2020 es que armó una solución de postproducción para realizar el trabajo colaborativo sin nube, lo hace efectivo con un servidor virtual dedicado con el que los artistas de la post pueden realizar su trabajo de forma segura y utilizando en simultáneo de manera colaborativa todos los atributos del equipo Avid Media Composer.



- Artec se responsabiliza de todo el flujo incluyendo la opción de soporte 24/365.

Entre a Revista Pantalla.com / CANAL100.com.mx

RevistaPantalla.com / Canal 100.com.mx muestra en la primera página un desplegado muy completo de información que le permite al profesional utilizar múltiples caminos para contactar a otros profesionales y mantenerse informado. Entrevistas completas, información especializada de productos y marcas, Listado de Expositores, tablas comparativas de no-lineales y cámaras, más de 100 clasificaciones para contacto en el Directorio Virtual Pantalla, y también la sección Sólo para fanáticos, para que usted sepa quién produce qué y con qué. Y, por supuesto, el Semanario Pantalla, la Expo (en esta sección encontrará el Listado de Expositores con todos los datos de las compañías que participan en México, Monterrey y Guadalajara), el Festival, la Revista... Entre a RevistaPantalla.com / Canal100.com.mx / y conozca el mejor sitio de internet para profesionales.

TRIPÍE CARTONI SPORT 200

Cinetec (cinetec.com.mx / 55-16-00-84), compañía que dirigen Ulrich Brünger y Curd Mai, distribuye toda la familia de equipos ARRI y también la tecnología Phanter.

• Dolly Panther S-Type

- Funciona con tecnología electro-mecánica, elimina los inconvenientes de los dollies hidráulicos que operan con bombas y suelen tener fugas de aceite, lo que siempre es desastroso en el set.

- Cuenta con múltiples accesorios, incluyendo rieles.

• Lentes Zeiss

Cinetec distribuye todas las versiones de lentes Zeiss.

- Promueven la familia Zeiss Supre Prime, que cubren fotogramas completos con un círculo de imagen de 46.2mm.

- Casi todas sus versiones cuentan con un rápido T-Stop de T1.5.

• Tripié Cartoni Sport 200

Y para los camarógrafos que cubren deportes, Cinetec recomienda el tripié Cartoni Sport 200 Heavy Duty.

- Es para uso rudo.

- Ligero y resistente a la vez, construido con nuevo diseño de perfil de ángulo.

- Pensado para soportar cámaras con lentes de gran tamaño.



Del martes 18 al jueves 20 de agosto 2020

No se pierda la mejor EXPO de AMÉRICA LATINA / ExpoPantalla.com

Es la Expo organizada por RevistaPantalla.com / Revista TelemundoCine

CINELIGHT PARA SETS EN CASA

La compañía Fluotec (fluotec.com), que dirige el Ing. Rodolfo Vergara, cuenta con una amplísima gama de luminarias tipo panel y fresnel para utilizarse en piso y parrilla, para corta o larga distancia del sujeto.

• Cinelight Fluotec para sets en casa

El Ing. José María Noriega, Director Comercial Mundial de Fluotec, recomienda equipar los sets en casa con luminarias Cinelight con las que pueden alcanzarse máximos de calidad de imagen.

- Es muy importante que televisoras y youtubers de mayor fama consideren que sus transmisiones remotas desde casa deben aspirar a la calidad óptima, en particular las televisoras deben dar mayor importancia a la calidad de imagen y sonido.

- Las luminarias Cinelight consiguen el blanco puro, la amplia escala tonal de la luminaria eleva de inmediato la calidad de imagen, significa que se ven mejor conductores y comentaristas en sus sets en casa.

- Tres luminarias Cinelight bien colocadas, prácticamente no alteran los recibos de luz de los participantes en programas de televisión, dan incluso la posibilidad hasta de ocupar más de una cámara en los sets en casa, no es algo descabellado. Los sets en casa tendrán cada vez mejor producción. La creatividad no tiene límites.

• Fluotec apoya al negocio de renta

- La compañía Fluotec lanza la convocatoria para apoyar a compañías de renta de todo tamaño, incluyendo a quienes desean iniciarse en el negocio de alquiler de equipo para producción.

- Su frase es: nosotros ponemos las luminarias, tú compra la Van (camioneta). Los planes de negocio son muy atractivos.

SONY PXW-Z280, MÁS VENDIDA PARA NOTICIAS

La compañía Color Cassettes (colorcassettes.com.mx / 10-84-23-00) promueve la cámara Sony PXW-Z280, es la más vendida de la marca para noticias.

• Cámara Sony PXW-Z280

- 3 sensores de media pulgada aseguran alta sensibilidad.

- Graba 4K calidad HD.

- Conectividad a la nube, directa a redes o televisora vía servidor propio Sony.

- Acepta periféricos como audio, iluminación, baterías...

- Su precio es muy atractivo: 6,900 dls. con lente 17x.



TRICASTER RECONOCE A VIDEODEPOT

La compañía VideoDepot (24-55-94-95 / videodepot.com.mx), que dirige el Ing. Jorge González, recibió por segundo año consecutivo el Reconocimiento como Máximo Vendedor de equipos Tricaster en América Latina.

• TriCaster es favorito

- Explica VideoDepot que el equipo Tricaster es favorito de televisoras públicas y privadas, lo aprecian por igual youtubers que en centros de producción y en el Congreso porque al evaluarlo confirman que es una buena inversión.

Con el Tricaster "duermen tranquilos".

- VideoDepot también vende el Tricaster en paquetes configurados, significa que dan una Solución Total, incluyendo equipos adicionales como tripíes, luminarias, variedad de cámaras, baterías...



VER VIDEOS EN RevistaPantalla.com / CANAL100.COM.MX

Recomendamos ver videos a detalle de equipos en la Sección TecnoCápsulas de RevistaPantalla.com / Canal100.com.mx.

En todos los videos, expertos describen a detalle características de cada modelo.

Del martes 18 al jueves 20 de agosto 2020

No se pierda la mejor EXPO de AMÉRICA LATINA / Expo Pantalla.com

Es la EXPO organizada por **RevistaPantalla.com** / Revista TelemundoCine

ROBÓTICAS PANASONIC

La compañía Teknomérica (teknomerica.com / 52-64-36-49), que dirige el Ing. Julio Sánchez, promueve las robóticas Panasonic que tienen la posibilidad de controlarse vía remota también con un switcher diseñado por la misma compañía Panasonic.

● Robóticas Panasonic para Producción Remota

- Panasonic es líder en fabricación de cámaras robóticas de alto desempeño para ocuparse en televisión y transmisión de redes sociales, están diseñadas para instalarse en estadios, salas de concierto, estudios de noticias, programas de entretenimiento...



- Cuentan con calidad 4K, pueden integrarse a unidades móviles. El modelo que resiste intemperie es de uso rudo.

- Hoy los noticieros y programas de entretenimiento cuentan con la posibilidad de colocar robóticas Panasonic para realizar producciones más atractivas y variadas. Permiten que incluso los productores consideren sets en casa permanentes muy lucidores.

SETS EN CASA TELETEC

La compañía Teletec (teletec.com.mx / 50-00-94-00), que dirige el Ing. David Alexander, desarrolla Proyectos Llave en Mano para la industria de la televisión y también para salas de concierto y centros de espectáculos. Es suyo el nuevo proyecto e instalación de todo un sistema de luminarias para el público que darán aún mayor vida a los espectáculos que se presentan en el Auditorio Nacional de México.

● Sets en Casa de Alta Calidad

- También Teletec cuenta con Soluciones de Alto Nivel para Sets en Casa. Integran tecnología teniendo a la marca española Brainstorm como protagonista, son expertos en set virtuales.

- El Set en Casa de Teletec incluye diseño de iluminación.



SI COMPRA EQUIPO, EXIJA RESPALDO Y SOPORTE

Muy importante es que quien compra un equipo para realizar trabajos profesionales se asegure que al comprar obtiene respaldo, soporte y también opciones de servicio. El consumidor debe considerar que, aún cuando las nuevas tecnologías minimizan al máximo errores de fabricación, quien adquiere un equipo profesional no puede tomar ningún riesgo en su compra. El consumidor no debe suponer que todo será perfecto, está obligado a pensar que si el equipo tiene problemas habrá alguien que responda. Asegure siempre una buena compra con compañías confiables.

La próxima **GRAN EXPO CINE VIDEO TELEVISIÓN**
que organiza la Revista TelemundoCine / RevistaPantalla.com

se llevará a cabo por primera vez en versión Expo Virtual: nuestra sede es **ExpoPantalla.com**

Del martes 18 al jueves 20 de agosto 2020

Es el vigésimo octavo año que la organizamos en forma consecutiva y estarán, como siempre, las mejores marcas con los mejores equipos, como Sony, Panasonic, Ikegami, Avid, Sennheiser, Backstage, Swit, FluoTec, Kino Flo, Arri, Telex, For-A, DeSisti, Frezzi, JVC, Anton Bauer, Blackmagic, Canon, Rosco, Vinten, Porta-Brace, Fujinon, Shure, Tiffen, Orad, Teletec, Focal, Mac, Final Cut, Adobe, Red, Tascam, Yamaha, CamMate, Sennheiser, Kroma, Red, Rode, Vehículos de Persecución Chivata-EFD...

Del martes 18 al jueves 20 de agosto 2020

No se pierda la mejor EXPO de AMÉRICA LATINA / ExpoPantalla.com

Es la Expo organizada por **RevistaPantalla.com** / Revista TelemundoCine

SOLUCIONES A LA MEDIDA



VSN
INNOVATION & MEDIA SOLUTIONS

harmonic

Newtec

ROHDE & SCHWARZ

RTS

dtv
INNOVATIONS

FLUOTEC

TELETEC
de México, S.A.P.I. de C.V.

www.teletec.com.mx

Av. Central, Mz. 30, Lt. 11 Col. Industrial Alce Blanco Naucalpan, Edo. de Méx. CP 53370 Tel: 01(55) 5000 9400 ventas@teletec.com.mx

ESTRELLA SOLÍS

Por | José Antonio Fernández Fernández ■

Interpreta a Polly en El Club, el personaje que transforma la serie

Estrella Solís es Polly en la serie El Club de Netflix, personaje que hace crecer la historia aún cuando no participa desde el primer capítulo. El personaje Polly tiene todas las posibilidades para ser protagonista de su propia serie.

El Club, serie creada por Camila Ibarra, es una historia dirigida principalmente a los jóvenes que incluye un mensaje profundo y serio: hay que tener cuidado con eso que parece de inicio una diversión y se puede convertir en un verdadero infierno.

Estrella estudió en el Centro de Formación de Actores de Televisa, su primera actuación profesional fue en La Rosa de Guadalupe, serie que aprecia enormemente, ha participado en muchos de sus capítulos. Considera que es una gran puerta para actores de todas las generaciones, representa todo un reto actuarial siempre porque marca el más alto rating en la televisión mexicana y además se exporta a todos los países de América Latina.

Conversé con Estrella en el Tren de Entrevistas #JuntosALas9DeLaMañana, que transmitimos de lunes a viernes por RevistaPantalla en FB y YouTube.

Importante decir que Estrella se da tiempo para impartir el curso (de su autoría) Detrás de la Actuación, con el que busca preparar a los actores en todos esos terrenos que están cubiertos por un cierto halo de misterio: el cómo prepararse para asistir a un casting, cómo se da el manejo con los managers



y cuál es su importancia, qué debe hacer un actor recién egresado para llegar al set.

Estrella es un actriz que desborda energía, su intensidad es muy poderosa. Participó como Jurado en el Festival Pantalla de Cristal, también en la serie El desconocido y en la película Gloria, interpretando al personaje Katia.

José Antonio Fernández: ¿Cómo vives la noche anterior de ir a un casting?

Estrella Solís: Te puedo decir que en mi caso la noche antes del casting no puedo ni dormir.

Sé que cuando llego a un casting mi herramienta soy yo, tanto física como emocionalmente debo estar en buenas condiciones.

El casting siempre es incierto. Cuando estás ahí, te puedes encontrar con actrices muy famosas que también decidieron ser valoradas en relación al personaje que busca la producción. Eso hace pensar con seriedad.

En mi caso, la noche anterior al casting me encierro en mi cuarto y me pongo a estudiar, le pido a mi novio que me diga las líneas para yo tener más seguro mi texto. Puedo grabarme. Hago mucho trabajo emocional y mental. Como actriz debo estar preparada, en el casting no te deben ganar los nervios.

Ser actor es estar presente en ese momento en el que estás en escena, no puedes pensar en otra cosa. Debo estar ahí al cien por ciento, nada debe distraer tu mente.

En un casting también debes estar abierta a que el director te proponga una prueba diferente, con otras líneas, quizá buscando a otro personaje. Se puede dar una prueba que requiera todavía más concentración, porque te pueden cambiar la jugada en ese momento. Es clave dejarte guiar por dónde el director te lleve, el actor debe ser moldeable.

José Antonio Fernández: ¿Cómo fue que te dijeron el sí para interpretar el personaje Polly, en la serie El Club?

Estrella Solís: Luego de asistir al casting, me marcaron de Argos. Fue súper emocionante escuchar la frase en mi teléfono: "Estás en la serie El Club".

Yo tenía muchas ganas de trabajar en una serie de Netflix y de Argos, con Camilia Ibarra. Después, cuando empezamos con las lecturas de guión me terminé de enamorar del proyecto y de mi personaje, me gusta mucho su arco emocional. Es una mujer dura con un mundo interior que está hecho pedazos.

Polly siempre dice la verdad a todos, a ella misma. Se trata de un personaje que quizá al principio le puede caer mal al espectador, pero después, al conocerla más, es cuando... ■

Siga leyendo la entrevista con

Estrella Solís

en la sección Entrevistas del apartado Revista en RevistaPantalla.com / Canal100.com.mx

"GRANDES EVENTOS CAPTADOS EN ALTA DEFINICIÓN"



**CASA PRODUCTORA CON UNIDADES MÓVILES DE TV
EQUIPADAS CON SERVIDORES EVS Y SISTEMAS INALÁMBRICOS
TRANSMISIÓN SATELITAL Y STREAMING
FULL HD Y 4K**

Circuitos Cerrados de TV

Up link y fly away

Microondas SD Y HD

Sistemas de Cámaras Portátiles en formatos Digitales, HD y Cine Alta

Grúas CamMate hasta de 14 Mts. y con Dutch Head

Dollies

Steadicam que soporta hasta 25 lb.

Cámaras Go Pro y Marshall

Drones

Cable Cam con cámara Sony A7III

Lentes de largo alcance hasta 80x

Teleprompters de cámara y tipo presidencial

Monitores de LCD y Plasmas

Plantas de energía

Pantallas de Leds para interior y exterior

Fibra Óptica



ATENCIÓN URGENTE

LAS 24 Hrs. 365 DIAS DEL AÑO

tel. 55 19 41 61 91

www.tresnews.mx

newstres@aol.com / contacto@tresnews.mx

(01 55) 51.15.00.39 | 56.48.53.66

Tamemes # 76 Col. Ejido del Moral, México D.F.

ALEJANDRO RAMOS

Las campañas publicitarias cambian al Story-Doing

Alejandro Ramos es el productor y conductor del programa Estatus, cultura publicitaria, se trata de una serie que representa la videoteca de la publicidad de México. Le ha tomado el pulso a agencias, creativos y marcas desde hace más de dos décadas.

Estatus se puede ver en el Canal 5 de Televisa y también en redes sociales, FB y YouTube.

●

Durante las semanas de El Encerrón por la pandemia, Alejandro Ramos siguió realizando entrevistas con más de 100 personalidades de la industria, descubrió que todos buscan descifrar cómo hacer mejor publicidad en tiempos tan difíciles para la sociedad.

José Antonio Fernández: ¿Cómo está cambiando la creatividad publicitaria esta pandemia del Covid-19?

Alejandro Ramos: Los creativos están cambiando del Story-Telling al Story-Doing. Hoy no solo se trata de contar historias, que era la corriente dominante en las campañas publicitarias. Ahora las marcas deben demostrar sensibilidad social con hechos, por eso sus campañas deben contar el Story-Doing. Es el qué están haciendo, un gran reto para los creativos.

La empatía la están generando las marcas con el Story-Doing, es su conexión con los consumidores. Debe tener, por supuesto, un respaldo total con la realidad.

José Antonio Fernández: Con tu casa productora Ikarus, además de producir la serie Estatus, que es la



videoteca de la publicidad de México, también has realizado series como La Historia de la Medicina en México, reconocida por el Festival Pantalla de Cristal, y La Historia de la Ingeniería en México.

¿Qué nuevas series tienes en mente para proponer a las televisoras privadas y públicas?

Alejandro Ramos: Sí tenemos nuevas propuestas, pero estamos esperando que nos den oportunidad en las televisoras públicas.

Te puedo decir que somos más de 60 casas productoras que realizábamos distintos contenidos para el Canal 14 SPR y ya no hemos tenido continuidad. Yo le pido a Jenaro Villamil y a Leticia Salas que nos den la posibilidad de establecer un diálogo, hemos realizado producción de valor que incluso se siguen programando. Nosotros lo que queremos es continuar con nuestras producciones, mi casa productora Ikarus tiene más de 35 años realizando desde comerciales hasta series.

Para las casas productoras independientes la televisión pública es muy importante, podemos hacer una sinergia que trae muchos beneficios a ese gran público que quiere ver contenidos interesantes, pantalla de alto valor. Hablo de esa audiencia que busca una televisión que le ofrezca contenidos culturales.

También tengo proyectos de producción diseñados especialmente para Canal 22, la DGTVE y Canal 11.

Nuestro objetivo es producir contenidos que estén pensados para el perfil de cada estación, lo hemos hecho así por más de tres décadas y lo seguiremos haciendo ■

Siga leyendo la entrevista con

Alejandro Ramos

en la sección Entrevistas del apartado Revista en RevistaPantalla.com / Canal100.com.mx

ANICE PRODUCCIONES

Full HD
1080p



3 Unidades Móviles HD

1ª Unidad Móvil de Televisión Expandible en Renta en México, con la Cabina de Producción más Amplia Espacio suficiente para el desarrollo de todo su equipo de Producción y Personal Técnico Equipada con Switcher Fora HVS 2000 con 48 entradas ya listo para manejo de Señal 4K 2 Monitores de 60" para visualizar los Multiviewer los cuales son configurables

Generador de Caracteres Fora VTW multicapa
Consola de Audio Yamaha LS9 32 hasta 64 canales
Sistema de Repeticiones con Slow Motion
3 Play Newtek Modelo 4800
Cámaras Sony con Lentes 20X y 22X
Equipo Periférico para cubrir todas sus necesidades de Producción

Rack con Equipo Móvil, Grúa Cam Mate, Steadi Cam, Pantallas de Led 3.9 mm y 6mm, Equipo de Sonorización, Equipo de Video proyección, Accesorios diversos, Plantas Generadoras.

www.aniceproducciones.com

ING. JOSÉ ANTONIO PEÑA

Oficina (55) 2603 4915

Nextel 3097 5174

ID 52*223354*2

Celular 04455 5101 8461

Email contacto@aniceproducciones.com
jantoniopena@aniceproducciones.com
jantoniopena@yahoo.com.mx

Powered by
GNODECWS
STREAMING HD • AUDIO & VIDEO

Panasonic
CENTRO DE SERVICIO
PROFESIONAL

TERADEK

Prompter/People

DESIGN

WONDLAN
Shoot Movies Yourself

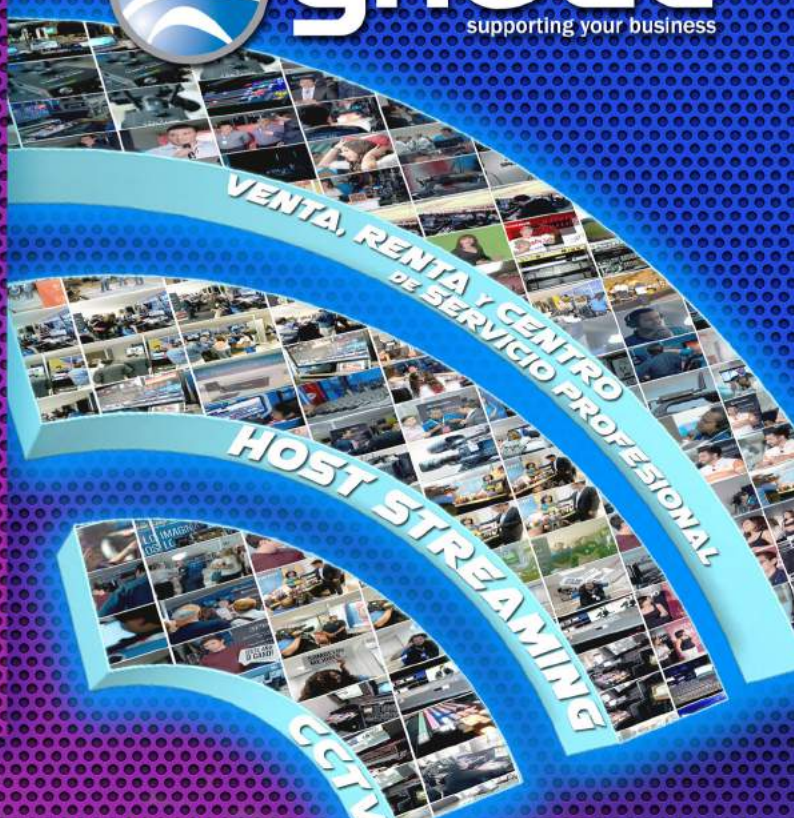
Boxx

Venta, Renta y Servicio Equipo Profesional de Video,
Host Streaming Video HD y Radio,
VOD, Unidad Móvil/Rack, Camlinks
Atención a clientes para demostraciones: Info@gnode.mx
© 2015 GNODE, S.A. de C.V. Joaquín Angulo 1935
Col. Ladrón de Guevara Guadalajara, Jal.MX C.P.44600
Tel: (33)-33428477, (33)-35608776



gnode

supporting your business



VENTA, RENTA y CENTRO DE SERVICIO PROFESIONAL

HOST STREAMING

CCTV

Logra

la epidemia del Covid-19 subir de forma muy significativa los niveles de audiencia de la tele abierta, en algunos casos se ha elevado hasta 4 veces. El encierro en las casas ha llevado a cambiar y retomar hábitos.

Los directivos que toman decisiones con la producción y programación en los canales de tele saben muy bien que todavía estos momentos de emergencia se presentan como una oportunidad y de forma simultánea como un gran reto, que incluye un tremendo compromiso del que deben salir muy bien librados:

- Es una oportunidad porque la gente está viendo los canales de tele abierta, millones pasan todo el día en sus casas y en algún momento sintonizan los canales locales, especialmente lo hacen para monitorear lo que dicen los noticieros y programas de entretenimiento en vivo.

- Es un gran reto para las televisoras que incluye un compromiso mayor: el público quiere escuchar información confiable, seria, que oriente y permita sortear con los menores riesgos a la salud este largo momento tan extraño, complejos y difícil de describir ■

Recibe

el golpe mayor del Covid-19 la industria de la exhibición cinematográfica en salas, y llegó el golpe cuando vivía un momento

de boom-boom que además experimentaba un crecimiento a nivel mundial con base, en buena parte, en la fórmula mexicana: salas de calidad, con coquetos lujos llenos de confort

Las salas irán retomando su actividad, pero llevará tiempo para que encuentren la taquilla abultada que veían todos los días desde hace más de 5 lustros y hasta marzo de este 2020.

Las exhibidoras de cine están obligadas a aguantar, sus instalaciones están impecables, el daño es que la gente no puede asistir. En el momento en el que la pandemia se controle, entonces la gente volverá al cine con más entusiasmo que nunca, el problema hoy es saber cuándo llegará ese día ■

Potencia

al máximo de forma definitiva el Covid-19 a las OTTs, léase Netflix, Prime y Disney.

Pero la tele abierta no se queda atrás, tampoco la tele de paga, suben las audiencias porque millones y millones de personas están en casa amenazadas por una pandemia que cede en alguna medida, aunque sigue siendo una amenaza para toda la población, sin distinciones.

- Televisa avisó a todas las televisoras del mundo y de paso le confirmó a las OTTs, que una de las estrategias prácticas en estos tiempos es echar mano de la videoteca no hay opción.

- Ante las dificultades para producir, en las filmotecas y videote-

cas está parte de la solución para alimentar a miles de millones de espectadores que permanecen en casa o al menos mucho más tiempo en el hogar que nunca antes.

- Vale la pena recordar ahora, que cuando la tele de paga empezó a desarrollarse surgieron canales como TNT que echaron mano de las filmotecas de los estudios de Hollywood, incluso presentando películas a color que de origen fueron filmadas en blanco y negro.

- El Canal Once de México, bajo la dirección de José Antonio Álvarez Lima, decidió abrirle espacio a películas mexicanas de la Época de Oro todas las noches. Ofrece entretenimiento a familias que disfrutaban el cine nacional con sus estrellas legendarias, la mayoría de las películas no son dramas.

- Por supuesto, retomar la producción intensa que había antes de la pandemia es el objetivo. Pero hoy que todo dio un giro, las videotecas y filmotecas se deben valorar quizá como nunca antes ■

Muchos

cuestionamientos reciben hoy las redes sociales por la proliferación de Fake news, lo que curiosamente les ha dado aún mayor promoción entre la gente.

Importante considerar que redes sociales como Twitter y WhatsApp, también Messenger, tienen una dinámica muy activa porque las Fake news se volvió como su gasolina que echa chispazos. O sea, las Fake news llegaron para quedarse a Twitter, WhatsApp... ■

Cuidado

con las Fake news y también debe tenerse cuidado con las noticias verdaderas que por inverosímiles parecen Fake news, en estos tiempos hay muchas así, de tal manera que la sociedad vive en un estado de confusión. Una parte de la población ya no cree en nadie, lo cual es un riesgo para la salud mental de la sociedad y la buena convivencia familiar, social y política.

- Ante tanta Fake news, los noticieros de televisión tienen la oportunidad de abrir su sección “ Verificados ” y también de explicar las noticias, cosa que prácticamente ningún noticiero hace ■

RESULTADOS DE SONDEOS REALIZADOS ENTRE LECTORES DEL SEMANARIO PANTALLA DE REVISTAPANTALLA.COM / CANAL100.COM.MX

¿Qué tanto clasismo y racismo existe en las películas que produce Hollywood para el mundo?

- 67 por ciento opina: Siempre han sido muy racistas y clasistas en Hollywood
- 33 por ciento opina: Cada vez menos, Hollywood es muy incluyente y evita el clasismo y el racismo

Votación Sondeo del 28 de junio 2020

¿Qué crees que hubiera hecho Cantinflas en estos tiempos de Covid-19?

- 67 por ciento opina: Seguro habría producido algunos videos de humor con mensajes positivos y didácticos para la población
- 33 por ciento opina: Cantinflas estaría haciendo críticas al gobierno

Votación Sondeo del 3 de mayo 2020

PARTICIPE EN LOS SONDEOS VOTANDO EN REVISTAPANTALLA.COM / CANAL100.COM.MX

- Explicar las noticias le daría a la población la posibilidad de guardar la calma y comprender mucho mejor lo que está pasando y cuáles son los riesgos a su salud.
- El noticiero de tele que mejor maneje su sección Verificados se ganará el respeto de toda la sociedad ■

Defender

los fondos públicos es la única posibilidad de que el cine mexicano esté vivo, sin fondos públicos la producción de cine mexicano entrará en crisis de inmediato ■



ESTATUS

CULTURA PUBLICITARIA EN TV
con Alejandro Ramos

El Único Programa Especializado en Mercadotecnia, Publicidad y Medios en la TV Mexicana



UNA PRODUCCIÓN DE



MARTES
12:50
DE LA NOCHE

IKARUS
www.estatus.tv
estatus@ikarusmx.com
tel. 56162102

SÁBADOS
3:30
DE LA TARDE



www.estatus.tv



eLigaMX con soporte Magnum

La epidemia de Coronavirus pasmó el mundo de los deportes, que es consustancial a la industria de la televisión, es parte de su esencia.

Con el mundo de los deportes en pausa absoluta, TUDN, Magnum y la Liga Mexicana idearon una fórmula para llevar a los fanáticos una temporada de futbol muy especial con sus equipos favoritos.

La propuesta creativa fue lanzar partidos de fut virtuales, vía el videojuego Fifa 2020, archirreconocido por los jóvenes videojugadores fanáticos del fut ciberespacial.

Se apoyan en la tecnología LiveU que en México es representada con el soporte de la compañía Magnum, que dirige Jorge Camacho.

VIDEOJUGADORES DESDE CASA

La dinámica de los partidos virtuales de la eLigaMX BBVA se hizo con base en el conocido juego FIFA 2020 de PlayStation, la propuesta creativa es original, nunca antes se había hecho.

- Los partidos virtuales se transmitieron por canales de tele abierta, de paga e internet, respetando los derechos de

transmisión que cada televisora tiene hasta la fecha con los equipos.

- Los videojugadores son integrantes actuales de cada equipo.

- Cada equipo nombró a tres videojugadores de su plantel que están en activo para jugar los partidos de esta Copa Virtual Especial.

- El Torneo de la Liga MX Virtual se planeó para una duración de dos meses con tres partidos diarios, con una duración promedio de 40 minutos.

- Punto importante en todo el plan fue la seriedad con la que los jugadores asumieron su participación, no hubo espacio para jugar. Incluso trazaron un programa de entrenamiento

para llegar en plena forma a los partidos que fueron vistos por millones de fanáticos.

RETO TECNOLÓGICO CON SOPORTE MAGNUM

- El reto tecnológico era poder organizar la contribución y distribución para que los aficionados vieran por televisión y redes la señal directa de los videojuegos y también a los videojugadores en acción, cada uno desde sus casas.

- La contribución de contenido resultó altamente compleja:
 - 3 partidos por día.
 - Más 6 locaciones #QuedateEnCasa, ubicadas en muchos de los casos en distintas ciudades del país.

- Toda la contribución del contenido la resolvieron con tecnología LiveU Matrix bajo el respaldo y soporte de la compañía Magnum.





LiveU CON MÁXIMA CAPACIDAD INSTALADA EN MÉXICO

● Juan Carlos Rodríguez, Presidente de TUDN, lanzó en una junta de producción el gran reto de la eLigaMX a Walter Larrosa, Jefe de Producciones en Vivo de TUDN México y Estados Unidos. Walter planteó el reto al Ing. Eduardo Ledesma, Director Técnico de TUDN México, quien a su vez puso sobre la mesa el desafío a Jorge Camacho, Director de Magnum. Los tres pensaron cómo armar una estrategia y una buena táctica para hacer realidad la eLigaMX BBVA, encontraron la fórmula apoyándose en la solución tecnológica del equipo LiveU Matrix.

● La decisión de utilizar la tecnología LiveU Matrix para resolver el gran reto tecnológico que representó la eLigaMX tuvo una razón de mucho peso: todas las televisoras en México cuentan con una gran capacidad instalada en tecnología LiveU, y todas las televisoras tienen el respaldo de Magnum, compañía que además ha certificado a decenas de técnicos y personal de producción de cada canal, especialmente de las áreas de noticias y deportes.

● Los partidos se transmitieron por las siguientes cadenas de televisión, respetando los derechos de transmisión de cada una: Televisa, TV Azteca, TUDN, ChivasTV, Fox Sports, Imagen y ESPN.

● Cada televisora decidió cómo difundir su señal en sus canales y plataformas digitales.

● Las televisoras tuvieron la posibilidad de hacer producción remota de entrevistas, antes, durante y después del partido en redes sociales. Transmitieron por Twitch de Amazon y YouTube todos los partidos.



CONTRIBUCIÓN DE CONTENIDO CON LiveU

La contribución de contenido se resolvió con tecnología LiveU utilizando mochilas y licencias LU-Smart para dispositivos móviles.

● Las señales virtuales del videojuego PlayStation y de los videojugadores reales fueron capturadas en la plataforma Matrix de LiveU para su distribución a cada televisora, de acuerdo a sus derechos de transmisión.

● Para enviar la señal del videojuego virtual utilizaron diversos modelos de mochilas LiveU.

● Y para las señales de los videojugadores ocuparon licencias para móviles LiveU LU-Smart.

SEÑALES SE CONECTAN CON MATRIX LiveU

● Las señales se conectaron de forma nativa al sistema Matrix de LiveU para su distribución.

● El sistema Matrix LiveU distribuyó de forma separada cada señal a cada televisora para que a su vez cada televisora pudiera switchear al gusto al aire la dinámica del partido, con calidad broadcast.

SOPORTE MAGNUM CON SEGUROS REDUNDANTES

El sistema Matrix de LiveU funcionó en este caso como receptor de la señal internacional, al igual que sucede con las transmisiones de

Juegos Olímpicos o del Mundial.

● Eligieron el sistema Matrix, entre otras ventajas, porque todas las televisoras que participan en la eLigaMX cuentan con equipos LiveU instalados, la homogeneización les ayudó a todos. No necesitaron adquirir nuevo equipamiento.

● El sistema Matrix de LiveU es un servicio en la nube de la propia compañía con redundancia probada en transmisión de elecciones y conferencias de prensa sobre la epidemia Covid-19 en Estados Unidos.

● La tecnología LiveU Matrix está soportada por la empresa Magnum con base en un sistema de seguros redundantes diseñado para garantizar el flujo de la señal y la continuidad de la transmisión.

● Este artículo fue realizado con información proporcionada por el Lic. Jorge Camacho, Director de Magnum

ARRI®



Open Face



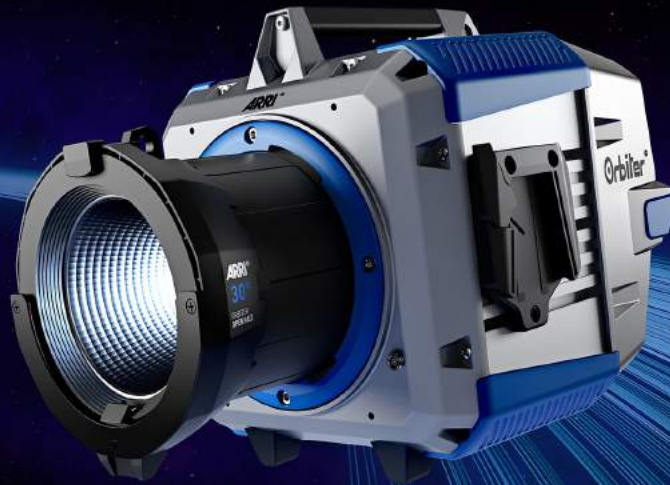
Light Banks



Dome



Projection



Orbiter®

Illumination | Reshaped

ARRI Orbiter es un reflector LED ultra brillante, ajustable, versátil y direccional.

La óptica intercambiable es la innovación principal en **Orbiter**.

Con una amplia variedad de ópticas para elegir, **Orbiter** se transforma en la luz perfecta para su aplicación sin sacrificar el haz y la intensidad de la luz, ni la calidad del color.



CINETEC EQUIPOS TÉCNICOS PARA CINE Y TV, S.A. DE C.V.

Protasio Tagle 79 A, Col. San Miguel Chapultepec, CP 11850, Ciudad de México

Tel. 5516 - 0084

www.cinetec.com.mx

Solo para fanáticos

El mal se llama Infomedia, que es la fabricación de noticias falsas (Fake news) con el objetivo de crear confusión, miedo y hasta pánico en la sociedad, incluso motivar agresiones físicas.

Las Fake news son diferentes a las críticas, comentarios u opiniones, su objetivo no es comentar con base en un análisis bien estudiado, lo que hacen es mentir para golpear y provocar zozobra.

El primer problema para quien recibe una Fake news es primero saber que ese mensaje es efectivamente Fake news.

Pongo un ejemplo, en distintas partes del mundo se comparte una noticia que dice: en Dinamarca no pueden votar las personas que reciben ayudas sociales. Esta noticia o información es absolutamente falsa, pero millones la han compartido. Importante considerar que no todas las Fake news son obvias ■



Necesitan los noticieros de tele entender mejor las noticias para poder difundirlas mejor. Aquí explico a qué me refiero:

- Son muchos los conductores de televisión que han tomado la costumbre de dar la nota leyendo el teleprompter para después decir un comentario normalmente descalificador que sale de sus propias deducciones, han confundido su poder y causan daño con facilidad.
- Este método de leer el teleprompter sin comprender lo que se lee queda al descubierto en tiempos de pandemia, era el momento de que los conductores de noticias y youtubers estuvieran más informados y fueran más profundos en sus comentarios, lo cierto es que pocos se han comportado a la altura de las circunstancias. La mayoría ha seguido

con su método superficial, leer el teleprompter y después hacer el clásico comentario descalificador.

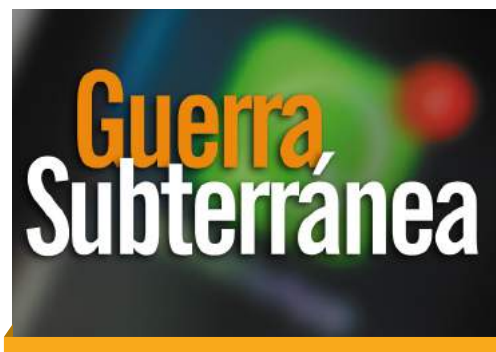
La pandemia deja lecciones a los conductores de noticias, los que llegan un minuto antes del noticiero y no se documentan pueden terminar siendo ellos mismos una Fake news ambulante, son su propio búmerang ■

El poder de la red privada WhatsApp ha logrado ser tan importante o más que las redes sociales públicas.

WhatsApp es una herramienta de comunicación que nació siendo privada y que cuenta con modalidades para que se comuniquen grandes grupos con un número limitado de participantes.

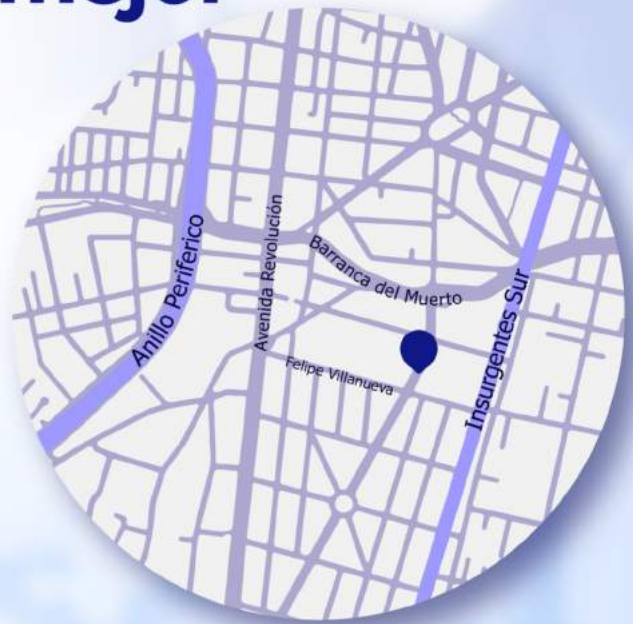
En los envíos de Whats App individuales y de grupo es donde hoy se está dando la guerra política en la que se utilizan comúnmente Fake news, información en no pocas ocasiones verdaderamente ridícula con humor ácido que fácilmente llega al insulto.

WhatsApp es el medio de comunicación de la guerra subterránea, en minutos se pueden compartir Fake news en cadena a millones de personas que incluso pueden hacer tambalear la estabilidad de gobiernos ■



GRUPO LIGHTING

**¡Nos mudamos para
ofrecerte un mejor
servicio!**



**Encuétranos ahora en
Manuel M. Ponce 101
Colonia Guadalupe Inn
Delegación Álvaro Obregón
CDMX. CP 01020**

Todo para producción cinematográfica, televisiva,
teatral y de espectáculos. Trabajamos con las mejores
marcas y los equipos de más alta tecnología.



/GrupoLighting



grupolighting



@GrupoLighting

atencionclientes@grupolighting.com.mx

**Lada sin costo: 01800 720 0070
CDMX (55) 56477830**

Los canales comerciales de tele abierta subieron el rating de manera significativa por la pandemia del Covid-19, con la gente encerrada en sus casas la posibilidad de atraer más espectadores se dio “de forma natural”. El público no falló.

Lo que sí es importante subrayar, es que no fueron muchos los contenidos especiales que acompañaron a la audiencia de la tele abierta comercial. Destaca la producción y transmisión de la eLigaMX BBVA que logró sumar hasta poco más de 100 millones de espectadores por el canal TUDN, en el que están asociados Televisa y Univision. Dieron al blanco, aunque fue un garbanzo de a libra.

Por su parte, los noticieros de la tele abierta comercial han dedicado prácticamente todos sus espacios al cien por ciento para informar sobre el Covid-19, por supuesto es su obligación. Las historias relacionadas con la política han estado presentes desde el arranque de la pandemia.

Como al parecer la amenaza del Covid-19 seguirá por meses como una mala sombra que aterra a la población porque es una amenaza real, todavía hoy los canales de tele abierta tienen oportunidad de producir contenidos especiales en tiempos de Encerrón y Post-Encerrón. Estos tiempos son tan importantes para el mundo que ningún medio puede seguir su vida como si nada estuviera pasando. Ninguno ■



Imparables Netflix, Prime y Disney+ en tiempos de El Encerrón por el Covid-19.

Netflix ya ve cerca la meta de los 200 millones de suscriptores y Disney observa que los 100 millones de abonados son un propósito alcanzable en el corto plazo.

El Encerrón se volvió una oportunidad para las OTTs, y la están aprovechando “de forma natural”. Lo que necesitan hoy es encontrar la manera de reiniciar las producciones que tenían programadas para estrenar e inclusive deben producir más porque su público se comió en dos meses lo que quizá hubiera consumido a lo largo de medio año.

Netflix, Prime y Disney+ son negocios que no se verán afectados por el Covid-19, tampoco sufrirán daños cuando se logre controlar la pandemia. Quienes colaboran con las OTTs tienen que valorar su altísima responsabilidad: son compañías imbatibles. Hoy las OTTs observan cómo la pandemia tiene en la lona a la industria turística mundial y también contra las cuerdas a no pocos gobiernos ■

Los productores independientes pueden estar seguros de que las OTTs y también las televisoras necesitan de sus producciones hoy más que nunca.

Hace apenas cinco años, decir productores independientes en México era algo parecido a volar en globo, una afición graciosa que es solo una experiencia vacacional reservada para aventureros.

Pero la era de los productores independientes por fin llegó a México, aunque con sus apegones:

- Las OTTs no están abriendo del todo sus puertas a los productores independientes, se la juegan solo con un puñado.
- La realidad es que hoy la mayoría de los productores independientes siguen tocando puertas. La tele abierta abre sus puertas de vez en vez, no hay una apertura real.
- Y la tele pública mantiene a más de 60 productoras independientes en la sala de espera, difícil resistir ■



Nueva generación de equipos comerciales AV



A medida que la tecnología del mundo acelera, la necesidad de equipos de audio y vídeo de calidad profesional también se hace más grande, y aunque no hay escasez de productos de audio y vídeo profesional en el mercado, lo que realmente hace falta es una gama completa de equipos que sean de fácil manejo.

La línea de productos de Asystems no sólo se reserva a los profesionales de la industria, sino que también está dirigida a los demás. Ofrece toda la gama de AV profesional, entrada de audio/vídeo, enrutamiento de matriz y procesamientos. Asystems es un ejemplo de una nueva generación de equipos comerciales AV con

elegantes componentes externos, incorporado con una tecnología robusta y una artesanía que permite que el público sienta que las representaciones escénicas cobran vida.

Sus productos se utilizan en las iglesias, instituciones educativas, estadios, cadenas de restaurantes, tiendas y centros de radiodifusión.


Puede solicitar mayor información al correo: hermesprofesional@hermes-music.com.mx





Las 10 mejores películas de Comedias Negras

La colección de Leonardo García Tsao ■


Una de las variantes más transgresoras de la comedia es aquella donde el humor radica en el tratamiento chusco de un tema tan serio como la muerte. El burlarse de ese tabú ciertamente provoca risas nerviosas, pero son risas al fin y al cabo y resultan muy catárticas. Estos son diez ejemplos notables:

 **Monsieur Verdoux (1947).** Inspirado en una idea de Orson Welles, Charles Chaplin hizo su película menos sentimental al narrar los crímenes del personaje epónimo, un Barba Azul que se casa con mujeres ricas para despojarlas de su dinero y luego asesinarlas. Quien se roba la película es Martha Raye, como la más vulgar de las millonarias. Detrás del humor negro hay una fina crítica social.


 **Los ocho sentenciados (Kind Hearts and Coronets, 1949).** Un aristócrata venido a menos (Dennis Price), intenta matar a los ocho herederos en turno para que él sea nombrado duque. Negrísima comedia de la línea Ealing, dirigida por Robert Hamer, en la cual Alec Guinness interpreta con su habitual perfeccionismo a los ocho familiares del título. Aquí también hay una mirada crítica, en este caso a la alta burguesía.

 **El quinteto de la muerte (The Ladykillers, 1955).** Cinco criminales que pretenden asaltar un banco tratan de asesinar a su casera, una viuda octogenaria, que amenaza su operación. En otra producción, Ealing, el director Alexander Mackendrick se apoyó en grandes actores como Alec Guinness y un joven Peter Sellers, para destilar una incisiva ironía. (Los hermanos Coen intentaron un remake más bien fallido en 2004).

 **El esqueleto de la señora Morales (1959).** La mejor película de Rogelio A. González es sin duda esta comedia negra, rara dentro del cine mexicano, sobre un taxidermista (Arturo de Córdova) que debe soportar a su maniática esposa (Amparo Rivelles) hasta que le entran ideas homicidas. Gran parte del mérito se debe al guión de Luis Alcoriza, quien adaptó una novela de Arthur Machen.


 **¿Qué pasó con Baby Jane? (What Ever Happened to Baby Jane?, 1962).** El realizador Robert Aldrich dio un radical giro a su cine con esta comedia negrísima, sobre la patológica relación entre dos hermanas viejas, otrora estrellas de cine. Contar con una escalofriante


Bette Davis y una sufridora Joan Crawford, que se odiaban en la vida real, ciertamente le añadió más peso a este espectáculo de puro Gran Guñol. En 2017 se hizo una teleserie, llamada Feud, sobre dicha rivalidad.

 **Dr. Insólito (Dr. Strangelove or, How I Learned to Stop Worrying and Love the Bomb, 1963).** En esta sardónica comedia negra, Stanley Kubrick abordó el posible cataclismo nuclear con una mirada mordaz que se burla de las instituciones estadounidenses, empezando por el presidente. La impecable realización les confiere una particular verosimilitud a las acciones. Grandes actuaciones de George C. Scott, Sterling Hayden y Peter Sellers, en un papel triple.

 **La gran comilona (La Grande Bouffe, 1973).** El cineasta italiano Marco Ferreri hizo una devastadora sátira de la sociedad de consumo con este relato, a veces repugnante, de cuatro burgueses que organizan una encerrona suicida de comida, sexo y alcohol, no necesariamente en ese orden. Un reparto de lujo -Mastroianni, Tognazzi, Piccoli y Noiret-redondea el efecto cómico de tanto exceso.

 **El inquilino (The Tenant, 1976).** El habitual clima paranoico del cine de Roman Polanski alcanza su apogeo en esta comedia macabra -basada en un relato de Roland Topor -sobre un hombre apocado que, al mudarse a un apartamento parisino, se vuelve víctima de una aparente conspiración vecinal. Última vez, a la fecha, que Polanski ha sido el protagonista de una sus películas.

 **Después de hora (After Hours, 1985).** Un yuppie neoyorquino (Griffin Dunne) pasa una noche infernal en el barrio sur de su ciudad al querer ligar a una mujer. No es la obra más sutil de Martin Scorsese, pero sí una de sus más divertidas y maliciosas al describir una verdadera pesadilla urbana. El hecho de que los personajes femeninos sean los más amenazantes, hizo que más de uno la tachara de misoginia.

 **Quémese después de leerse (Burn After Reading, 2008).** Divertida comedia negra de equivocaciones sobre un par de idiotas (Brad Pitt, Frances McDormand) que creen poder aprovecharse de las memorias de un ex agente de la CIA (John Malkovich). La misantropía usual de los hermanos Coen está aquí a todo lo que da: de un hecho nimio se derivan enredos y asesinatos. Muy graciosas actuaciones de todos los involucrados ■

Prueba de fuego para los medios públicos

¿Autonomía o subordinación?

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)

Con el fin de intentar crear un nuevo modelo de comunicación social, el 23 de enero de 2019 el gobierno *morenista* anunció la reorganización de los medios de comunicación públicos para crear un nuevo orden de comunicación nacional en México. Con este fin, se formuló la integración de todos los medios públicos del gobierno mexicano en una sola coordinación nacional armónica para crear una orientación editorial, política de contenidos, producción conjunta con otras entidades que mantuviera como propósito informar profesionalmente con objetividad, profesionalismo, sinergia, independencia, libertad, absoluta autonomía de cada medio, sin que exista injerencia, censura, línea, consigna o control por parte del Estado en la información que se transmita.

Por ello, además de la definición de los amplios rasgos anteriores sobre las características que debería tener el proyecto de medios públicos de comunicación en México, la gran pregunta que permanece de despejarse mediante hechos concretos, es si ¿con el nuevo cambio de régimen político que experimenta el país desde el 1° de julio de 2018 a la fecha, solo se pasará de la tradicional fórmula de la televisión privada mexicana que apostó por impulsar el modelo de “comunicación para los jodidos”, a fomentar la nueva fórmula propagandística de la comunicación de la *Cuarta Transformación* para la creación del culto a la personalidad gubernamental; o se evolucionará hacia la edificación de un verdadero modelo autónomo de comunicación de Estado de servicio público que contribuya a estimular la independencia, la pluralidad y la libertad de expresión de los ciudadanos para enriquecer el espacio de la opinión pública nacional?

En este sentido, es necesario reflexionar que en la proporción en que la contundencia del severo “principio de realidad” elemental se imponga crudamente sobre la narrativa *lopezobradorista* que se difunde cada mañana a través de las *conferencias matutinas* y muchos medios de difusión nacionales, demostrándose que los programas de gobierno de AMLO/MORENA no han funcionado satisfactoriamente en el ámbito del crecimiento económico, la seguridad de la población, el aumento de la inversión privada, el combate al narcotráfico, el sostenimiento de la paridad del peso, el incremento del empleo, la producción de

hidrocarburos, el avance del modelo educativo, la eficiencia del sistema de salud, las múltiples demandas comunitarias, las manifestaciones de mujeres, etcétera; surgirá nuevamente un gran desilusión social que producirá otro gran malestar social. Tal situación ocasionará un descenso en la aceptación colectiva de la figura presidencial, de su gabinete administrativo y de su régimen de gobierno, lo despertará nuevamente al *México bronco*, pues la promesa de la “nueva esperanza” *morenista* que se ofreció intensamente para construir la “otra sociedad” distinta a la que se heredó de los regímenes políticos anteriores, se habrá diluido.

Ante tal delicado contexto de crisis de gobernanza, surge la pregunta básica, ¿cómo el gobierno *morenista* administrará la nueva problemática político social que emergerá en el país?

Independientemente de las medidas contra cíclicas que aplique el gobierno de izquierda populista en diversos terrenos para superar dicho escenario de fragilidad política, es fundamental cuestionar ¿cuál será el papel que desempeñarán los medios de comunicación de Estado de servicio público diseñados en la *Cuarta Transformación* en los momentos de inestabilidad social? ¿Operarán como un sistema de agujas hipodérmicas o como aparatos ideológicos de Estado para ocultar el fracaso de la “promesa *morenista* redentora” mediante la creación de una versión negadora o deformadora de los hechos con “otros datos”, e intensificar el discurso demagógico, dogmático, autoritario y oportunista?

¿Estarán los medios de difusión de servicio público a favor de la libertad de expresión, del derecho a la información, del derecho de réplica, de los derechos de las audiencias de los ciudadanos, etc. que permitan ejercer el pensamiento crítico, la expresión disidente, ante los errores o limitaciones estatales; o se convertirán en canales de instrumentación de la propaganda oficial para legitimar la crisis del régimen imperante?

Debido a ello, una de las grandes pruebas de fuego por las que atravesará la autonomía del modelo de comunicación de los *medios públicos* en la fase de la *Cuarta Transformación*, se comprobará cuando el actual gobierno enfrente las crisis estructurales y coyunturales que se derivarán del desgaste de la aplicación de su proyecto de gobernabilidad ■

Hombres y Mujeres



Jenaro Villamil alertó a la población desde La Mañanera de Palacio Nacional sobre el poder de la Infodemia, lo hizo días antes de que iniciara el subidón de contagios por el Covid-19 en México.

Explicó que la Infodemia son noticias fabricadas de forma malévola con la intención de que

se difundan rápidamente entre la población, el objetivo es causar zozobra, miedo e incluso hasta pánico y agresiones. Algunas enfermeras de nuestro país fueron violentadas de forma extraña en lugares públicos.

Villamil subrayó que es importante comprender un asunto central: las Fake-news son fabricadas con alevosía, premeditación y ventaja, no sobra decir que pueden constituir un delito grave.

En la misma Mañanera, AMLO cuestionó a las redes sociales, en especial a Twitter por no detener la ola de Fake-news que de forma muy evidente se difunden con mucha potencia en esa red social. Pronto Twitter dio respuesta, primero lo hizo en inglés, lo que evidentemente disgustó al Presidente (de forma irónica les dijo: no hablo inglés, no lo vi). Luego la red social Twitter publicó el mensaje en español y a los dos días avisó a sus usuarios que etiquetaría los mensajes bajo sospecha de ser Fake-news. Twitter cambió, historia de película ■

Andrés Bustamante de nuevo entró en acción bajo el disfraz del Dr. Chunga con el claro objetivo de provocar sonrisas en tiempos de la pandemia. Es un regalo del Güiri-Güiri.

No me canso de decir que Andrés Bustamante es el mejor comediante de México. Desde los

años ochenta y hasta hoy, le he pedido en persona que produzca películas con sus personajes como protagonistas, hizo solo una (El crimen del cácaro Gumaro).

Mi petición tiene una razón de ser: considero que Cantinflas, el máximo comediante que ha dado México, sigue siendo muy importante para los mexicanos. Las películas de Cantinflas son todavía hoy las más vistas en la tele abierta de nuestro país, logran el mayor rating porque hacen reír, además de que no fallan con sus mensajes de buena vibra. El personaje Cantinflas siempre es bueno, resuelve los problemas más complicados y en todos los casos lo consigue de la mejor manera. Es Cantinflas, considero yo, el súper héroe mexicano número uno. Su súper poder es el don de la palabra.

Cantinflas filmó 52 películas, las última fue producida en 1982, ¡hace prácticamente 4 décadas!

México necesita de Andrés Bustamante en el cine, el relevo de Cantinflas. Vamos: ¡silencio, cámara, acción! ■



Érika Buenfil es la reina del Tik Tok, red social que con su sencillez ha conquistado a millones de usuarios que quieren sonreír.

Comprueba la estrella de las telenovelas lo que decía Emilio Azcárraga Milmo: en esto de los medios, quienes conectan con el público lo hacen porque traen dentro una cierta magia, es algo que les permite comunicarse con la gente.

En la red social Tik Tok, Érika Buenfil muestra sus dotes de actriz y también su buen humor. Produce por igual anécdotas graciosas que anuncios evidentes, todos sus minivideos son muy vistos. Suma más de 6 millones de seguidores.

Cuando veo sus anuncios me recuerda al legendario programa El Club del Hogar, que se transmitía a diario por Canal 4 con Daniel Pérez Arcaraz y Madaleno. Su hit fue ligar anuncio tras anuncio y presentarlos de forma única. Al igual que Érika Buenfil en Tik Tok, en El Club del hogar hacían reír con desenfado y autenticidad.

Mucho tiene que aprender la televisión de Érika Buenfil y de ese Club del Hogar, lo digo porque la tele abierta necesita urgentemente encontrar nuevas formas de incluir publicidad que sean amigables con los espectadores ■

SIGMA



LENTES DE CINE

Más allá de la tecnología, está el arte.

www.sigmaphoto.mx



sigmaphoto_mx



sigmaphotomx



sigmaphoto_mx



Informes: hola@sigmaphoto.mx



Chumel Torres es el youtuber número uno en México dedicado de lleno a hacer comentarios pícaros, candentes y críticos sobre política.

Encontró su propia fórmula: con un estilo chunquero que le ha dado presencia en prácticamente todas las generaciones, no

pierde oportunidad para literalmente carcajearse de las figuras de la política, sus clientes frecuentes son AMLO y colaboradores. También Peña Nieto, PRI, amigos y militantes. Se nota su empatía con Felipe Calderón.

El estilo de Chumel Torres rompió de tajo con una vieja costumbre que aún mantienen la inmensa mayoría de los comentaristas políticos, que es ser siempre serios y ceremoniosos. Es lógico, tocan temas muy serios.

El estilo de Chumel Torres intenta hacer pedazos con dos o tres comentarios a quien se lo propone, y lo hace sin piedad alguna. Hace reír, tiene un poder de síntesis notable (me recuerda al Brozo de hace tiempo), refresca al mundo de la crítica, de los famosos y de la política.

Pero Chumel se encontró con un escollo que le hará cambiar: HBO suspendió su programa “para investigar” discriminación, racismo y clasismo. Ni quienes le apoyan, pueden defender su bullying contra un menor de edad. Eso es inaceptable. Su relación con HBO depende de él ■



Arturo Elías Ayub encontró la manera de conectarse con el gran público en las redes sociales. Cuando inició la pandemia del Covid-19 lanzó dos o tres tuits poniendo en duda las acciones del gobierno, pero pronto decidió cambiar. Dejó a un

lado el entrar en la discusión sobre datos y políticas de salud, y prefirió seguir sembrando mensajes bajo su estilo de siempre: buena vibra, buenas intenciones, toques de humor blanco e incluso hasta consejos para los jóvenes.

El resultado de su comunicación en redes es de llamar la atención, bajo su estilo bien-vibroso cosecha cualquier cantidad de buenos comentarios, conecta de inmediato.

Elías Ayub es el protagonista número uno del programa Shark Tank México, tiene esa personalidad que es ideal para jalar audiencia en medios: puede ser rudo, sin cruzar la línea no deseada, y alivianado al segundo.

Me gustaría verlo conduciendo programas **especiales** tipo magazine, por ejemplo maratones sobre tal o cual tema o preocupación. Por maratones entiendo un programa de tele que inicie a las 9 y pueda terminar a cualquier hora de la madrugada. Sorprendería Arturo Elías Ayub, tiene la capacidad de hacerlo sin la menor duda ■



Susana Distancia es el personaje creado por el gobierno de México (López-Gatell adjudica la creatividad a Ricardo Cortés, Director de Promoción de la Secretaría de Salud, quien a su vez le da crédito a todo su equipo de diseño).

El personaje Susana Distancia ha sido valorado por Disney. Es un gran acierto su concepto, queda totalmente claro el mensaje. Permite que chicos y grandes puedan recibir la misma comunicación y entenderla de la misma forma.

Susana Distancia le manda un mensaje también a todos los políticos: para comunicar con potencia, la creatividad es la clave, por eso las marcas utilizan la creatividad en la fabricación de sus mensajes.

La creatividad publicitaria es una profesión que exige rigor, estudios y también ejercicios de propuestas para dar con el clavo. En ocasiones se llega más rápido a esas ideas creativas que encantan, lo que no se da todos los días. El personaje Susana Distancia es un garbanzo de a libra.

El gobierno de AMLO ha prescindido de campañas publicitarias creativas, lo que en definitiva es un desacierto. La creatividad publicitaria ayuda muchísimo para que toda la población se conecte con mensajes de primera importancia. Lo digo así: no basta con Las Mañaneras, las campañas creativas que son útiles para la población, y que se difunden vía spots en tele y radio, también son claves para bien-gobernar ■



PRODUCCIÓN

POST

**MANEJO DE REDES DIGITALES
Y CREACIÓN DE CONTENIDO**

FOTOGRAFÍA

6pmfilms.com

JULIO DI-BELLA

Buena vibra para tiempos difíciles: ¿Y tú, cómo estás? y La cocina del Todote



Julio Di Bella regresa a la industria de la televisión y ahora lo hace como protagonista de pantalla, se alejó luego de participar muy de cerca en la campaña de José Antonio Meade por la Presidencia de México, le aconsejaba en materia de comunicación social.

Julio Di-Bella ha sido director de Canal Once, también de PCTV y socio de StarTV, el sistema de tele de paga satelital que crece en cobertura y suscriptores.

Entrevisté a Julio Di-Bella en la pasada convención Natpe de Miami 2020 y después sostuvimos una nueva conversación en plena pandemia, en El Tren de Entrevista #JuntosALas9DeLa Mañana, que se transmite en vivo por Revista Pantalla, vía Facebook YouTube y Twitter.

Julio Di-Bella siempre ha estado convencido de que en el mundo de la televisión es muy importante el asumir una actitud disruptiva, significa que directivos y productores deben abrir puertas para lanzar esos

contenidos que busquen marcar un nuevo antes y después.

En su historial como directivo de televisión cuenta con decisiones que explican por sí mismas el valor que tiene el impulsar proyectos disruptivos. Cuando Di-Bella fue Director de Canal Once lanzó al aire el programa Sexo Diario, propuesta y producción de Rubén Gómez y Pablo Orden que rompió todos los récords de audiencia del Canal del Poli. Con sentido del humor, en ese entonces decía Julio Di-Bella: en realidad Sexo Diario no era sexo ni era diario, era anhelo de todos los días.



Julio Di-Bella tiene un gusto que es público por la política, formó parte del equipo de Josefina Vázquez Mota y de José Antonio Meade.

En la entrevista le pregunté sobre la oposición política en México, a la que NO veo creativa, está casi totalmente dedicada solo al insulto bajo y a la denostación. Aquí la respuesta de Di-Bella sobre este tema:

- Lo que está haciendo AMLO hoy, son sus promesas de campaña. Eso es la política y así debemos entenderla. Quien se lanza a la política lo que busca es que sus propuestas se hagan realidad.
- La oposición en México no tiene propuestas hoy, o no se conocen, está perdida porque la gente no sabe cuáles son sus propuestas. Por eso el discurso del Presidente acapara comentarios, lleva totalmente la agenda de todos los días.
- Mi estilo no es de pelear, mi estilo es de convencer y negociar. Recuerdo que Javier Corral me decía: eres un gradualista, prefieres un dos por ciento... que nada.
- Ser oposición es más fácil, ser gobierno es muy complicado. No es lo mismo ser borracho que cantinero.
- Si a alguien no le gusta la realidad que está viendo, pues entonces hay que trabajar para cambiarla.
- Lo que definitivamente no se puede, es ser oposición sin dar la cara. AMLO acaba de hacer una invitación: que quien esté en su contra lo diga, y que los que están a su favor también lo digan. Es tiempo de poner ideas sobre la mesa, propuestas para que cada quien sea identificado por la gente y sopesar qué tantos seguidores puede reunir con sus ideas

Después, en PCTV, apoyó el proyecto de Fidela Navarro para lanzar un nuevo canal de cine en tele de paga, también totalmente disruptivo: el canal Pánico ha hecho historia.



Ahora en plena pandemia del Covid-19, Julio Di-Bella decidió ser protagonista de la pantalla. Conduce su programa ¿Y tú, cómo estás?

Ha realizado más de 60 entrevistas con personajes de la televisión y de diversas disciplinas, aún no invita a famosos del mundo de la política, los observa a distancia.



José Antonio Fernández: Fuiste disruptivo lanzando el programa Sexo Diario en el Once y luego el canal Pánico en PCTV, dos ideas muy fuertes.

Eres disruptivo ahora con tus programas, ¿Y tú, cómo estás? y La cocina del Todote, en FB y YouTube.

¿Una disrupción suave?

Julio Di-Bella: Estos tiempos necesitan de otra actitud, todo está demasiado complicado.

En tiempos de pandemia yo quiero llevar algo agradable con mis dos espacios, así surgió el programa ¿Y tú, cómo estás? Los correos y mensajes que recibo me dan una

buena señal, las ideas de producción son acertadas, se identifican con las entrevistas, se conectan con la vida diaria que nos está tocando vivir.

José Antonio Fernández: ¿Hoy eres disruptivo produciendo contenidos que tienen buena vibra?

¿Significa que ser disruptivo no es sinónimo de golpe?

Julio Di-Bella: En mi vida siempre he ido en sentido contrario, a contracorriente. Ahora me parece que necesitamos acercarnos, son tiempos difíciles. Veo los ánimos muy encrispados.

El programa ¿Y tú, cómo estás? es un espacio amable, entrañable, es ver la parte humana. Llevo más de 60 entrevistas con personajes de distintos ámbitos, incluyendo a Napoleón y Martha Higareda.

Nunca mi idea de ser disruptivo ha sido el golpe contra alguien, mi concepto es proponer eso que no está y que quiero sea una aportación.

José Antonio Fernández: Cuéntame de tu programa La cocina del Todote, que también conduces ■

Siga leyendo la entrevista con **Julio Di-Bella**

en la sección Entrevistas del apartado Revista en RevistaPantalla.com / Canal100.com.mx



Sistemas Digitales
en Audio y Video S.A. de C.V.

Acércate a nosotros y conoce lo último en tecnología

ROSS **Abekas**

Production Technology Experts



- 4 u 8 canales HD/SD simétricos (cada canal puede grabar o reproducir)
- Configuración flexible para soportar la operación de 1 o 2 usuarios
- Lista de reproducción de alta velocidad
- Hasta dos canales Ultra HD 4K (sólo AVC-Intra)

AXON
Neuron



- Video/Audio sobre IP
- Protocolo estándar agnóstico
- Bajo mantenimiento
- Fácil personalización

Petalozzi 245 Col. Narvarte, México D.F. C.P. 03020
T:5255-56393510 T:5255-56393517 info@sistemasdigitalesav.com.mx



Aceptamos tarjetas de crédito excepto American Express

Televisión y Pandemia



Archivo Cueva por | Álvaro Cueva |

Mientras que la televisión tradicional se durmió en sus laureles, es impresionante el fenómeno de creatividad que la pandemia nos ha dejado en las redes sociales.

Desde entrevistas en vivo hasta la transmisión de obras de teatro grabadas con anticipación pasando por conciertos, cursos, conferencias, narración oral escénica, lectura de poesía y más, mucho más.

→ **Cualquier cosa** que las grandes cadenas de televisión quieran decir a su favor es nada ante la originalidad, el impacto y la capacidad de respuesta que hemos visto en nuestros celulares, nuestras computadoras y demás dispositivos. Gracias al COVID-19, hoy ya no hablamos de Televisa, TV Azteca e Imagen Televisión. Hablamos de WhatsApp, Instagram y TikTok.

E igual, nuestros referentes ya no son las telenovelas, los noticieros y los programas de entretenimientos. Ahora son los “videitos”, los “mensajitos” y los “lives”.

→ **¡Qué tan sintomático no será este asunto** que muchos de los más famosos talentos de las empresas de antes, como Érika Buenfil y Bárbara de Regil, en lugar de brillar en canales como Las Estrellas y Azteca UNO, en este momento triunfan en otras plataformas!

Y sí, así como en los noticieros y en las producciones de las más legendarias cadenas de televisión se han dicho mentiras y se han creado verdaderas porquerías, en esta avalancha de materiales ha habido de todo.

→ **Imposible no hablar de las “fake news”**, de los mensajes de odio, de la invasión a la privacidad o de la baja calidad de algunas emisiones, pero exactamente igual como los televidentes aprendieron a detectar esto en la televisión de toda la vida, ahora lo están haciendo de este otro lado de la realidad. No se trata de señalar quién comenzó primero o de decir quién es mejor o peor que quién. Se trata de reconocer dónde hay una verdadera vocación por informar, por entretener y por educar, y dónde, no.

¿Cuáles han sido las más grandes aportaciones que el confinamiento nos ha dejado, las mejores producciones, los más grandes contenidos?

→ **¿Le digo la verdad?** Es imposible saberlo hoy y no porque el fenómeno sea muy reciente, porque siga o porque todavía falte mucho por ver.

Es imposible porque a diferencia de lo que sucedía antes con los medios tradicionales, la cantidad y diversidad de opciones que el encierro nos ha dejado es tan grande como la cantidad y diversidad de espectadores que hay en el mundo.

Todos y cada uno de nosotros ahora somos parte de la ecuación.

Cada vez que reenviamos un meme, cada vez que damos un “like”, estamos siendo parte del proceso creativo.

Si antes era complicadísimo revisar la programación de un solo canal, hoy imposible ver monitorear la totalidad de manifestaciones de amor, odio o humor que una frase puede llegar a generar, durante una sola hora, en una red social como Twitter.

→ **Reconozco la labor de miles de personas** que a falta de oportunidades se han trazado un camino propio en estos días tan difíciles dando clases de idiomas, de deportes y hasta de actividades artísticas para salir adelante o incluso para apoyar a otros.

Celebro a los cabareteros y a los teatreros que han inventado nuevos lenguajes para darle continuidad a su oficio y juntar dinero para darle de comer a los trabajadores de espacios que han tenido que cerrar.

Le aplaudo a los conductores y periodistas que en medio de la crisis han sacado la casta realizando importantes entrevistas y haciendo aportaciones fundamentales tanto en transmisiones en vivo como en grabaciones que quedarán para la posteridad.

→ **Festejo a los medios públicos** que a pesar de los recortes presupuestales han sumado iniciativas para cuestiones tan trascendentales como educar a nuestros niños a distancia y apoyar movimientos enteros como la Marcha del Orgullo LGBTQ+ de la Ciudad de México que por primera vez en la historia, en lugar de abarrotar la calles del centro de la capital, se hizo a través de Facebook y de YouTube.

Y qué decir de las series creadas desde la cuarentena para la cuarentena, de los experimentos fotográficos realizados a través de drones o de los celulares de terceras personas y de los conciertos que millones de espectadores hemos gozado desde que comenzó esto.

Estamos hablando lo mismo de recitales transmitidos desde la intimidad de los hogares de los más famosos cantantes de México y del mundo hasta festivales enteros producidos por poderosas corporaciones de aquí y de allá con el respaldo de grandes instituciones gubernamentales y de inmensas marcas comerciales.

→ **Esto es inagotable** como la cantidad de personas que se han dado a la tarea de transmitir con admirable rigor, todos los días, a la misma hora, una suerte de novedosos programas de radio con cámaras hasta ensambles de voces e instrumentos musicales que crean piezas monumentales con figuras que muchas veces están en distintas ciudades, en distintos países. Mientras que la televisión tradicional se durmió en sus laureles, es impresionante el fenómeno de creatividad que la pandemia nos ha dejado en las redes sociales.

Es impresionante, maravilloso, inagotable. ¿O usted qué opina? ■

The logo features the word "Aliled" in a bold, black, sans-serif font, with "TECHNOLOGY" in a smaller, black, sans-serif font directly below it. The text is centered within a circular frame made of a dense, textured pattern of small, dark, irregular shapes. The entire logo is set against a light blue background that also features a large, faint, circular watermark of the same logo.

Aliled

TECHNOLOGY

Somos una empresa líder en el mercado
con más de 20 años de experiencia
en el ramo de la tecnología,
compitiendo con los mejores.

Nuestra característica más importante
es nuestro servicio,
primero es satisfacer las necesidades de nuestro cliente

Se producen 216 películas en México en 2019 estrenan 101

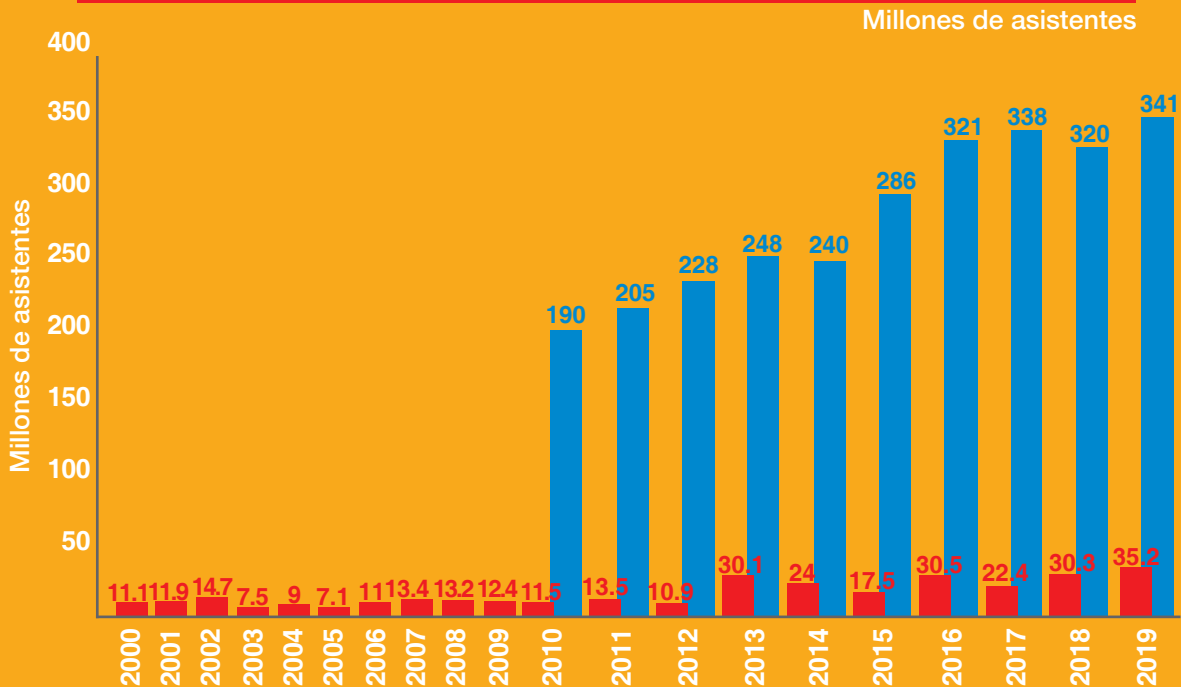
Presentamos una serie de gráficas que nos permiten conocer a fondo cuál es la situación que vive la industria del cine en México.

Como ya hemos comentado de distintas formas en nuestras páginas de la Revista TelemundoCine, el cine nacional vive un boom-boom de producción que no debe caer, y vive también con el “maldito promedio del 7 por ciento en taquilla para el cine mexicano” que no se deja vencer. Es como un karma.

La buena noticia: en 2019 se produjeron 216 películas mexicanas y 19 lograron ubicarse entre las 100 más taquilleras. Ahora en 2020 es tiempo de torear el desafío del Covid-19

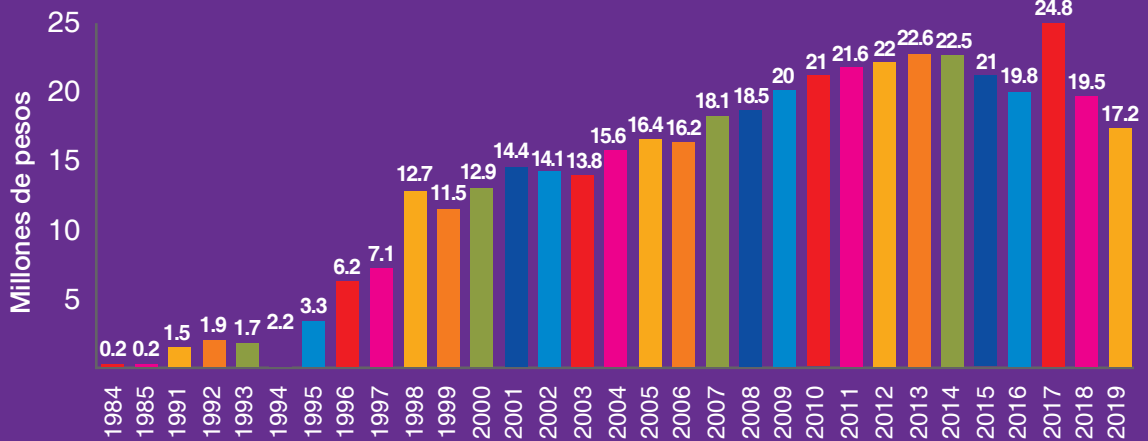
ASISTENCIA TOTAL A SALAS DE CINE EN 2010-2019

ASISTENCIA A PELÍCULAS MEXICANAS EN 2000-2019

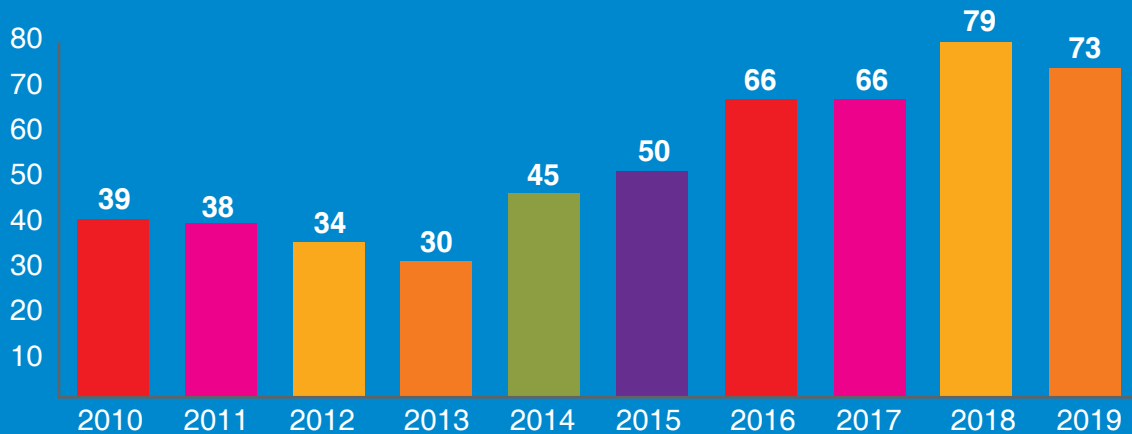


Las gráficas fueron elaboradas por la Revista TelemundoCine con información del Anuario Estadístico IMCINE

HISTÓRICO DE COSTO PROMEDIO POR PELÍCULA



NÚMERO DE DOCUMENTALES REGISTRADOS EN 2010-2019

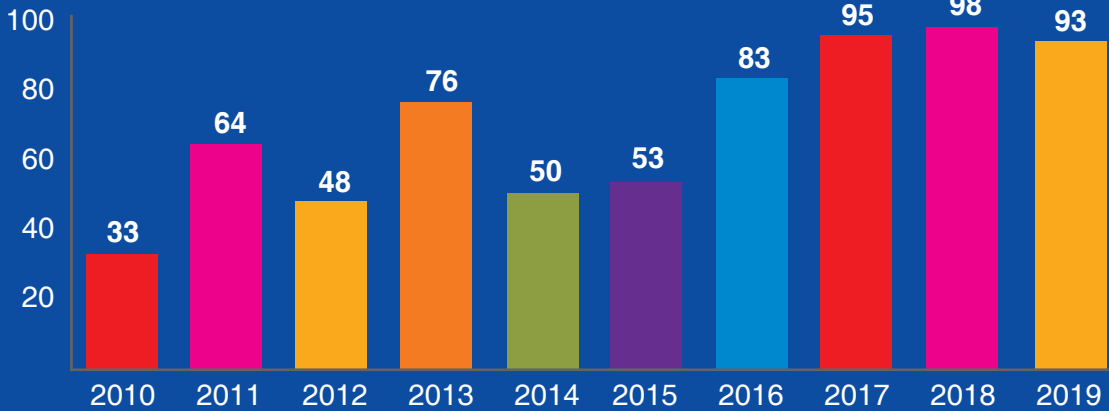


● Una buena noticia es que el costo promedio por producción de películas en México se ha moderado, esto permitirá que en estos tiempos de limitaciones de fondos públicos y privados los productores tengan oportunidad de lidiar con las restricciones presupuestales sin que eso implique un forzoso deterioro en la calidad.

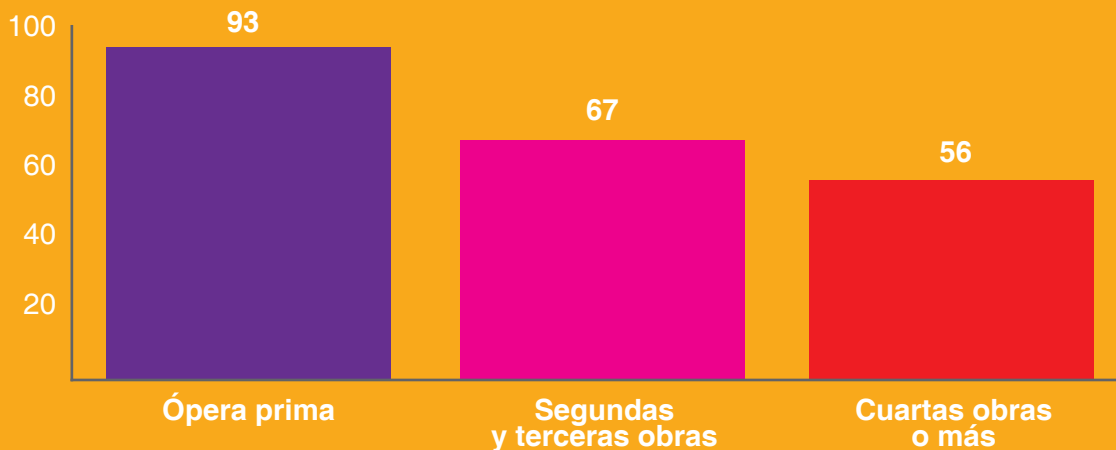
● La producción de documentales ha ido a la alza, aunque su difusión es realmente muy limitada. Si las películas mexicanas de ficción viven azotadas porque no consiguen mayormente venta de boletos en taquilla, el caso de los documentales merece una atención y solución aparte. El mejor aliado en años para los documentaleros en México ha sido Canal 22.



NÚMERO DE ÓPERAS PRIMA REGISTRADAS EN 2010-2019



NÚMERO DE LARGOMETRAJES REGISTRADOS EN 2019 POR TRAYECTORIA DEL DIRECTOR



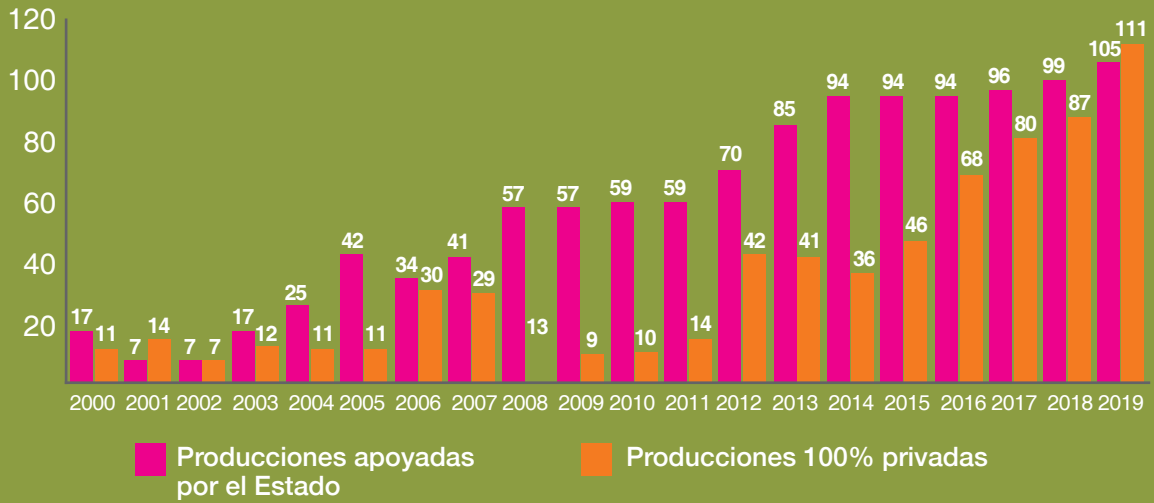
● Las gráficas de arriba muestran lo importante que ha sido la apertura del cine mexicano para que nuevos directores tengan su primera oportunidad como realizadores de largometrajes. El alto número de óperas prima de directores que se registra en el cine nacional cada año confirma que el método de las convocatorias para recibir apoyo de fondos públicos ha democratizado la industria.

● También es importante destacar que en 2019, 123 directores con dos o tres películas o más, consiguieron realizar una siguiente cinta. Es una buena noticia para la industria.

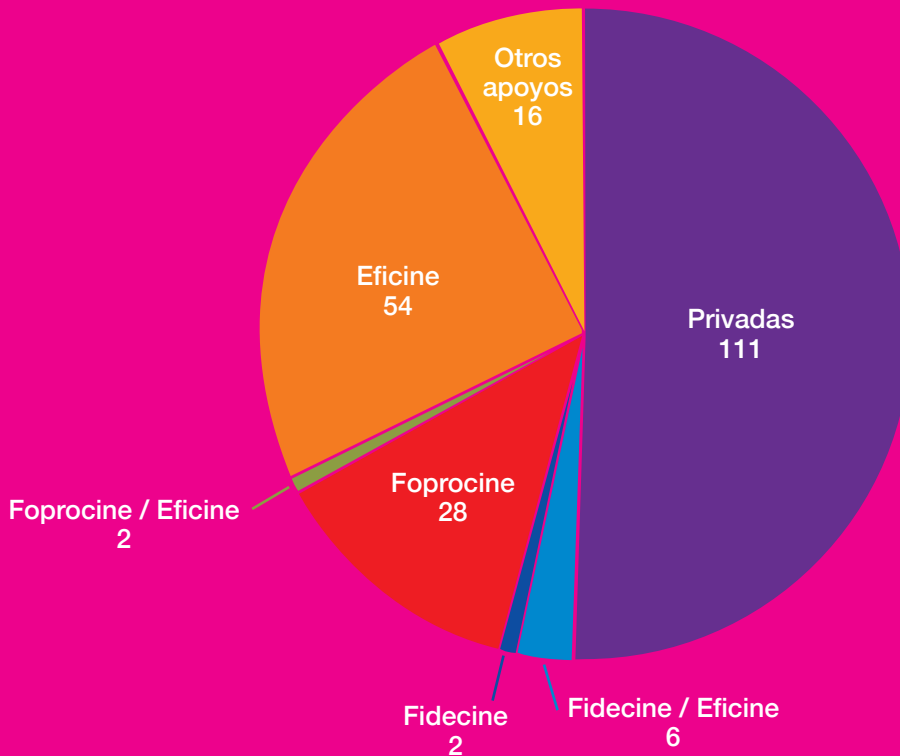
● De no existir los fondos públicos para la producción de cine, no es insensato pronosticar que la apertura del cine nacional para la entrada a nuevos directores correría un riesgo obvio: los inversionistas privados, si es que existieran en cantidad, buscarían a directores conocidos para correr los menores riesgos posibles.

● Cerrar el cine mexicano a nuevos directores sería la peor noticia para la industria cinematográfica en México en este sexenio de AMLO. Sin duda, se perdería frescura y también la apuesta por producir un volumen mayor de largometrajes.

LARGOMETRAJES MEXICANOS REGISTRADOS EN 200-2019



LARGOMETRAJES MEXICANOS REGISTRADOS EN 2019 POR FUENTES DE RECURSOS



Nota: la variable "otros apoyos" se refiere a recursos públicos provenientes de entidades federativas, dependencias gubernamentales y universidades públicas. Una película puede haber sido apoyada por más de un instrumento, por lo que no suman 105.

Nacen iP9 Studios

Nacen los nuevos foros independientes iP9 Studios, bajo la dirección de José Antonio Suárez, diseñados para cumplir con las necesidades de los productores de distintos géneros: películas, series, telenovelas, comerciales, videoclips y también eventos especiales, como lanzamientos de marca y productos.

iP9 Studios se ubican en el corazón tradicional de la Ciudad de México, en la Nueva Santa María, a minutos de Polanco y el Centro Histórico. Están a un paso de Tlatelolco y de la estación Buenavista del Metrobús

IP9 STUDIOS SON FOROS PARA LA PRODUCCIÓN

Claquetazo Oficial de iP9 Studios en la Expo Pantalla: 18/08/2020.

● iP9 Studios es un gran conjunto de foros a la renta para productores audiovisuales.

- Son foros independientes, no pertenecen a ninguna cadena de televisión.
- iP9 Studios son los únicos foros de grabación **independientes privados** que cuentan con los **dos foros** más grandes del mercado: mayores a 1,300 metros cuadrados cada uno.

10 FOROS EN IP9 STUDIOS

iP9 Studios se integra por los siguientes foros, todos tienen 8 metros de piso a parrilla de iluminación, excepto Foro Hacienda, que es el Foro 5:

Foro 1 con Cabina de Producción

- Es prácticamente cuadrado, mide 455 m2.

- La cabina de producción está dentro del foro en un mezzanine, es ideal para realizar un programa de televisión o algo similar.

Foro 2 con Green Screen:

- Es rectangular, mide 710 m2.

- Cuenta con ciclorama green screen de 14 por 14 en escuadra, tiene una altura de 6 metros (el ciclorama).

Gran Foro 3

- Se puede rentar completo o dividido en dos.

- El Gran Foro 3 completo mide 1,400 m2. Es rectangular. Se puede también dividir en dos, con una medida de 700 m2 en cada espacio.

Gran Foro 4:

- Integrado al Foro 2 puede conformar un Gran Foro mayor a los 1,300m2. Sin la integración al Foro 2, cuenta con un espacio de 500m2.

Foro 5 Hacienda:

- Mide 440m2. Es rectangular.

- Tiene la particularidad de contar con un grupo de columnas que pueden caracterizarse para formar parte de una locación de un mayor atractivo visual. Directores, cinefotógrafos y directores de arte sabrán sacarle mucho jugo.

Foro 6: 450 m2. Es ideal para grabar comerciales de autos. Cuenta con plataforma giratoria y un ciclorama blanco de gran tamaño.

Foro 7: Locación Departamento

Foro 8: Exterior Fachadas

Foro 9: Exterior Calle



LIGHTS . CAMERA . ACTION

FLUOTEC
...WE LIGHT!



PARAMOUNT STUDIOS, CINEGEAR 2019



iThe Hollywood Lighting Style!

FLUOTEC® is a leading manufacturer of LED & professional lighting fixtures for television studios, motion pictures, video & photography.



www.fluotec.com • info@fluotec.com



...WE LIGHT!



22 Camerinos

- En iP9 Studios están preparados para la producción de series, telenovelas y películas.
- Cuentan con 22 camerinos, además de que tienen espacios para estacionar camerinos rodantes junto a los foros, de ser necesario.
- La zona de camerinos permite un control de seguridad adicional en entradas y salidas, y cercanía con salas de producción para lectura de guión, ensayos, juntas de producción...

Foro 8: Exterior Fachadas

- En iP9 Studios presentan una novedad sumamente atractiva, es única en México: su Foro 8 es Exterior con Fachadas que pueden caracterizarse.
- De esta forma abren la posibilidad de producir en exteriores bajo control, dentro de los Studios iP9 con todas sus comodidades.

Foro 9: Exterior Calle

- El Foro 9 de iP9 Studios es una calle por la que pueden circular autos y camiones de todo tamaño. Los productores cuentan ahora con una opción segura para realizar secuencias en exteriores que sin duda le darán vida a las producciones.
- Tanto el Foro 8 Fachadas como el Foro 9 Calle permiten producir las 24 horas del día, esto significa que es posible grabar escenas de madrugadas con efectos de lluvia o escenas de acción sin presiones de los vecinos y con seguridad.



IP9 STUDIOS PAQUETES Y COPRODUCCIONES

En iP9 Studios tienen diferentes Planes para la realización de producciones audiovisuales en sus foros. Cada Plan está diseñado siempre con el objetivo de que el productor se sienta seguro con su producción, considerando en todo momento que el productor cuente con toda la libertad de contratar los servicios a la producción con las empresas que desee.

Plan Renta de Foros

- Foros a la renta por días, semanas o meses de grabación, subrayando que al alquilar los Foros de iP9 Studios los productores son totalmente libres de contratar las compañías de servicios a la producción que elijan.

Renta de Foros en Paquetes

- Una segunda opción para contratar los foros de iP9 Studios es la configuración

de Paquetes Flexibles, significa que es posible alquilar los foros acompañados de necesidades de producción específicas, en todo momento en acuerdo con el productor. Los Paquetes tienen como objetivo apoyar a los productores para que logren mayor calidad en pantalla. Un ejemplo: los Paquetes pueden incluir hospedaje en hoteles de Reforma.

Plan Renta de Foros / Coproducción

- En Studios iP9 están abiertos a las coproducciones, los tratos pueden ser diversos. Cuentan con dos tipos de Plan de Coproducción:
 - **Que los productores** tengan la iniciativa de la coproducción.
 - **Que la iniciativa** sea de iP9 Studios.
- En ambos casos el objetivo es llegar a acuerdos en los que se definan claramente los porcentajes en los derechos y el mecanismo para supervisar el retorno de la inversión.

PLANES ESPECIALES PARA ESTUDIANTES

iP9 Studios cuenta con Planes Especiales en apoyo a estudiantes y universidades.

- Aplican Paquetes por Proyecto.
- En este caso es posible explorar el Plan de Coproducción.

CLAQUETAZO IP9 STUDIOS EN LA EXPO PANTALLA

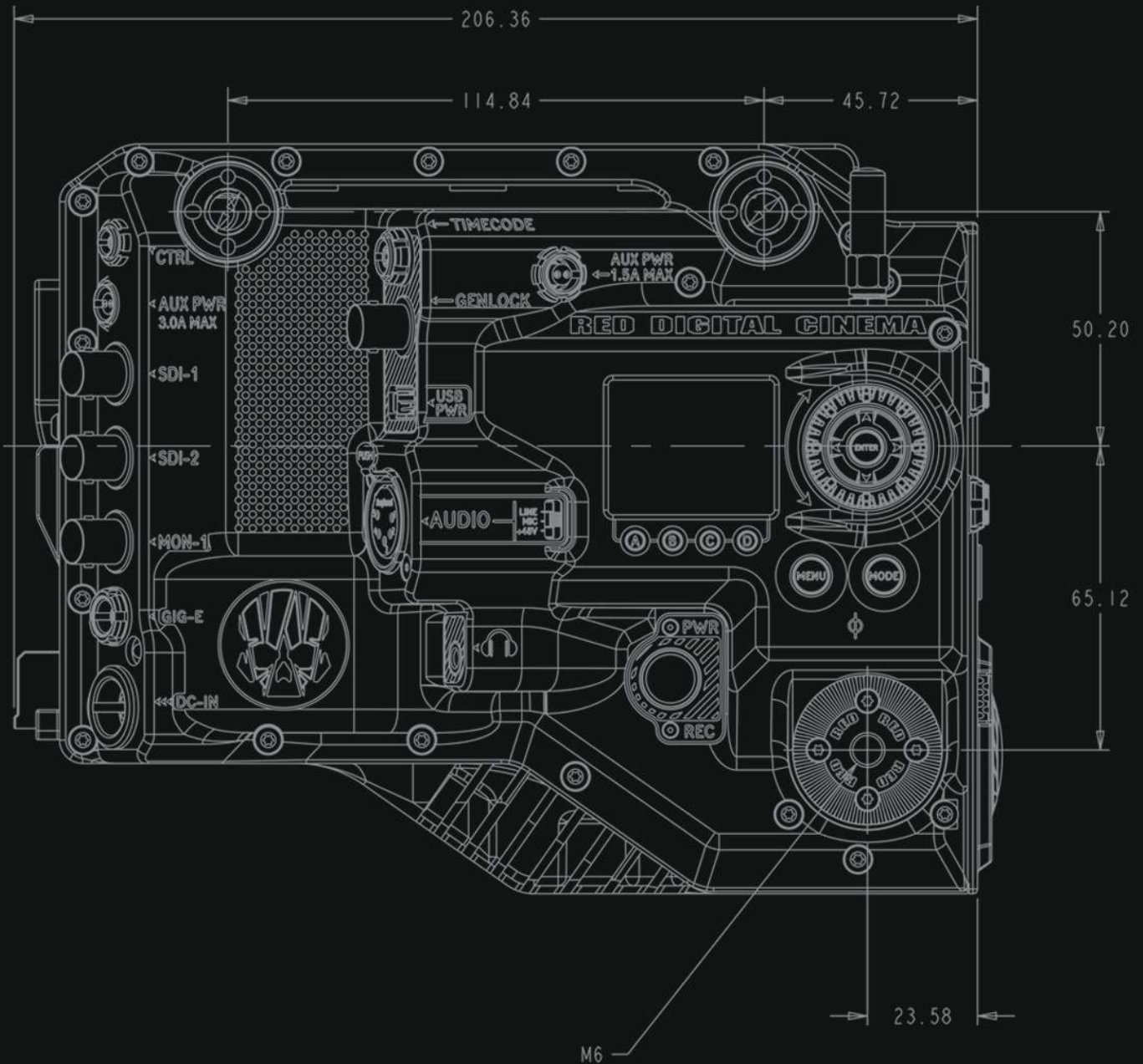
El Claquetazo Oficial de los iP9 Studios está ya programado para el 18 de agosto de este 2020, en punto de las dos de la tarde. Será en el marco de la inauguración de la ExpoPantalla, que es la Expo Cine Video Televisión Virtual que organizan la Revista TelemundoCine / RevistaPantalla.com.

iP9 Studios tiene posibilidades de ampliación.

● Este artículo se hizo con material informativo proporcionado por José Antonio Suárez, Director General de iP9 Studios

RED RANGER

MONSTRO 8K



RENTA DE EQUIPO PARA LA PRODUCCIÓN DE CINE Y CINE DIGITAL

CONTACTO@CTTRENTALS.COM

WWW.CTTRENTALS.COM



Todos juntos en Post

Hoy las salas de postproducción se han acelerado tecnológicamente como nunca antes para realizar la post en forma remota, es tiempo de recordar que el artista visual de la post trabaja siempre en compañía, nunca solo

En los años ochenta era común que las grandes productoras mexicanas de comerciales hicieran la postproducción en Estados Unidos. Personalidades de la post en México, como Carlos Valdés, eran reconocidos por las más famosas casas postproductoras de Nueva York y Los Ángeles. Hablo de tiempos en los que las producciones que buscaban alta calidad realizaban películas y comerciales siempre en film.

Luego llegaron los noventa con su fantástica nueva tecnología y las casas postproductoras se armaron hasta los dientes. En esa época dimos cuenta también en la Revista TelemundoCine que el reconocido productor Benjamín Estavillo se había convertido en representante para México de la casa postproductora Crawford, radicada en Atlanta, Estados Unidos. Un centro de innovación que ofrecía ya una nueva tecnología asombrosa: las pantallas Touch.

La ola de la tecnología de postproducción se convirtió en un tsunami bueno, lleno de buenas noticias, lleno de efectos visuales soñados, lleno de creatividad, rebozante de alegría. Las nuevas posibilidades técnicas generaron entusiasmo. En México abrieron sus puertas postproductoras que se convirtieron en fabulosos motores creativos y de calidad para la industria: como New Art, respaldado por una gran inversión del gran maestro de la cinefotografía documental Demetrio Bilbatúa.

También se fundó Talento, la casa postproductora de Paco Outón y de Jorge Torres, un árbol generoso para la industria que dio muchos frutos, el más valiosos lo explico a continuación.

- 1 La casa de post Talento puso por primera vez al alcance de los productores independientes todas las posibilidades de la postproducción para hacer lucir la pantalla al máximo.



Directorio PANTALLA

Cine • Video • Televisión

- 2** El mayor acierto de Talento en los noventa y hasta la fecha, es que los productores pueden realizar sus postproducciones de principio a fin a un costo razonable con efectos visuales y alta calidad, algo que en los noventa y principios del siglo XXI era ultravalorado. Conseguirlo, todo un triunfo. Un efecto de cambio de página había que celebrarlo en grande.
- 3** La tecnología nunca se detiene, nuevas casas postproductoras de alto nivel han surgido con nuevos ímpetus durante este principio de Siglo. Hoy Óxido, dirigida por Marco Rodríguez, y Chemistry, que encabeza Andrés Martínez-Ríos, marcan el paso de la post en nuestro país respondiendo a la máxima calidad exigida por Netflix. Cuentan con todo eso que los realizadores quieren tener para conseguir la imagen de alta calidad con el tono drámatico elegido.
- 4** Las casas de postproducción han tenido un largo recorrido en las últimas cuatro décadas, especialmente. Son hoy protagonistas, solo basta ver los créditos de las películas de mayor presupuesto para confirmar que los artistas de la post juegan un papel protagónico para conseguir que las historias logren ese máximo impacto deseado y la concentración absoluta del espectador.
- 5** Las casas de post han revolucionado a la industria y viven su propia revolución, expertos como Rafa Rivera con su postproductora Rec Play, han colaborado de forma definitiva para impulsar el conocimientos de los artistas visuales. El objetivo es que cada cosa que quitan o ponen en cada cuadro de imagen, debe tener una intención dramática dentro de la historia.
- 6** Hoy que los artistas visuales de la salas de post -que de por sí viven siempre su día a día en el encierro- se encuentran menos visitados presencialmente que nunca, queremos hacerles un llamado especial: no se sientan solos, a la post siempre llega ese torrente de creatividad de las decenas de personas que participaron en la pre y producción. Todos confían en que los artistas de la post sabrán agregar eso que enriquece la pantalla y quitar eso otro que distrae o desmerece a la historia que se quiere contar, siempre bajo las órdenes del director y el ojo estético educado del cinefotograf@. En tiempos de postproducción remota, los artistas de la post nunca están solos ■



POSTPRODUCCIÓN REMOTA

Director: A Distancia
Cinefotograf@: Indispensable / El Ojo de la Estética
Postproduct@r: En la Trinchera / Guardián de la Estética



Más de 100
clasificaciones
de búsqueda

Nueva Sede ExpoPantalla.com

A lo largo del tiempo siempre hemos buscado la mejor forma de que todo nuestro proyecto sea comprendido de la mejor manera por los profesionales del cine, el video y la televisión.

Iniciamos todo este gran proyecto en 1991 con la Revista Telemundo impresa que hoy se ha convertido en la Revista TelemundoCine.

Después, en junio de 1993 organizamos la primera edición de la Expo Cine Video Televisión, que se llevó a cabo primero en el Hotel Radisson y después en el WTC de la Ciudad de México. Hoy la nueva sede es ExpoPantalla.com

TODA LA INFORMACIÓN DESDE 1991

Cuando lanzamos la Revista Telemundo impresa en septiembre de 1991, logramos conectar de inmediato con miles de lectores.

De entonces a la fecha nuestra publicación ha acompañado a distintas generaciones, siempre con el ánimo de ser brújula que permita identificar hacia dónde van las tendencias de la industria, cuáles son las preguntas y preocupaciones más relevantes, quiénes son los protagonistas y qué tecnologías están transformando la

manera de narrar y de producir cine, video y televisión.

ASÍ NACIÓ REVISTAPANTALLA.COM

Cuando vimos que llegaba internet, de inmediato tomamos la decisión de encontrar una fórmula para presentarnos en línea. Ya habíamos lanzado la Expo Cine Video Televisión y también el Directorio Pantalla, el más completo de México para los profesionales. Entonces ideamos editar un Semanario en la WEB, por lo que consideramos encontrar un nombre que fuera nuestra

carta de presentación en internet: así nació Telenet. Pronto nos dimos cuenta que debíamos hacer un cambio porque la cantidad de información que tenía ya entonces nuestro sitio, requería de un nombre que diera a entender de golpe esa potencia informativa. Entonces Telenet.com.mx se transformó en Canal100.com.mx, sitio que durante muchos años permitió que nuestra comunicación en internet fuera efectiva.

Sin embargo, distintos sondeos nos indicaron que el nombre Canal100.com.mx no quedaba del todo claro, fue entonces que ideamos una siguiente etapa para lanzar RevistaPantalla.com, queríamos encontrar un nombre que de un solo golpe permitiera comprender nuestra temática: la pantalla, cómo se produce, transmite y comercializa.

RevistaPantalla.com ha cumplido su cometido, es el gran sitio en el que todos nuestros contenidos se encuentran agrupados, la cantidad de información que ofrecemos es gigante.



EL PODER DE LA NARRACIÓN VISUAL
 ES MÁS GRANDE, MÁS BRILLANTE,
 MEJOR Y MÁS AUDAZ QUE NUNCA.



Videodepot



TRICASTER MINI 4K | NDI



También las redes sociales



Nuestro trabajo informativo incluye las redes sociales como YouTube, Twitter, Facebook e Instagram. También ahí estamos con RevistaPantalla.com

Hoy que las circunstancias obligan a la Susana Distancia y a tomar todas las precauciones para resguardar la salud, consideramos conveniente realizar la Expo Cine Video Televisión, la Expo de la Revista TelemundoCine / RevistaPantalla.com, por primera ocasión en la historia de forma de Expo Virtual.

- Para conseguir el objetivo de forma adecuada diseñamos una estrategia:
- La Expo debe tener una sede de fácil acceso, esa sede es ExpoPantalla.com
- En ExpoPantalla.com tanto expositores como visitantes tendrán posibilidad de reunirse del martes 18 al jueves 20 de agosto, tal y como lo han hecho desde 1991.
- En la nueva sede, ExpoPantalla.com tendrá reuniones en vivo, presentación de tecnología de cada expositor, promociones, ofertas, muestras de proyectos por compañía, atención directa y todo un directorio de contactos.



ExpoPantalla.com es la sede de la Expo Cine Video Televisión, una fórmula amigable para entrar a la Expo Virtual, que en este 2020 se presenta de una manera extraordinaria. Nuestro deseo ayer, hoy y siempre es que la experiencia de expositores y visitantes sea memorable y dé frutos. Como siempre, estamos a la vanguardia.

EL CONTENIDO EN REVISTAPANTALLA.COM

Importante decir que en nuestro sitio de internet los profesionales pueden encontrar las siguientes secciones-apartados:

- La Revista TelemundoCine impresa en su versión digital.
- La Expo Cine Video Televisión con el Listado de Expositores completo, en el que cada Expositor tiene su página con información de contacto y presentación.
- El Semanario Pantalla, del que hemos publicado más de 900 números.
- El Directorio Pantalla con más de 100 clasificaciones de búsqueda, la mejor forma de encontrar a profesionales de la industria audiovisual, tanto personas como

empresas de todo tamaño, todo tipo de servicios a la producción.

- El Martes de Cinefotograf@s y Post, que está dedicado a los expertos de la imagen.
- El Miércoles de TecnoCápsulas con información de nuevos productos, servicios y soluciones de tecnología.
- El Jueves de El Rey es El Contenido, dedicado a publicar información de ratings, taquilla y datos diversos que explican cómo responde la audiencia a películas, series, canales de tele, noticias, redes sociales, telenovelas, deportes...
- También toda la información de Nominados y Ganadores históricos del Festival Pantalla de Cristal, con la convocatoria y la ficha de inscripción del año en curso.
- Una sección muy importante es nuestro propio Buscador con tres formas de buscar, aplica tres filtros para

mayor comodidad de los cibernautas:

- En las Noticias de todas nuestras publicaciones.
- En el Directorio Pantalla.
- En el Festival Pantalla de Cristal.

TODA UNA CIUDAD, CIUDAD PANTALLA

Como el lector puede apreciar, nuestra cantidad de información es enorme, se trata de toda una enciclopedia de la industria del cine, el video y la televisión de 1991 a la fecha y más atrás, porque en nuestras publicaciones siempre hacemos referencia a hechos y personajes destacados de la historia.

Cuando observamos el panorama de nuestra valiosa información, y considerando el momento actual, podemos confirmar que hemos creado una ciudad informativa, Ciudad Pantalla.

● Este artículo fue realizado con material informativo histórico de RevistaPantalla.com

MAGNUM



AUDIO / BROADCAST
PRODUCTION / RADIO
ON-AIR / THEATER-LIVE



STREAMING / 4G.5G
HOTSPOT / H.265

SHURE

vimeo



BRAINSTORM

ABonAir
Live Excitement. Wirelessly!



KRAMER

L4 LINEAR ACOUSTIC
THE TELLOS ALLIANCE



POINT SOURCE
AUDIO

CEDAR

SOUND DEVICES

Omnia

On-Stage

MINNETONKA AUDIO

SENNHEISER

aws elemental

4K UHD / MULTISCREEN / OTT / 24X7
LIVE LINEAR

YAMAHA

AUDIO / LIVE / BROADCAST / HI FI

STREAMING Y PRODUCCIÓN
ACONDICIONAMIENTO ACÚSTICO
INSTALACIÓN AUDIO Y VIDEO
CENTRO DE SERVICIO

dcamacho@magnumdigital.com.mx
Factor #18, Col. San José Insurgentes,
Benito Juárez, Ciudad de México, C.P. 03900

www.magnumdigital.com.mx

+52 1 556 15 74 19 / +52 1 56 15 90 49 / +52 1 56 15 92 62



Tiempos de pandemia en pantalla

Por José Antonio Fernández

Histórico momento vive la humanidad en este año 2020 con la pandemia Covid-19, que a todos los países tomó desprevenidos. Absolutamente a todos. El punto complejo es que hasta ahora no hay tratamiento y no hay vacuna, en hogares y hospitales de todo el planeta se libran batallas heroicas.

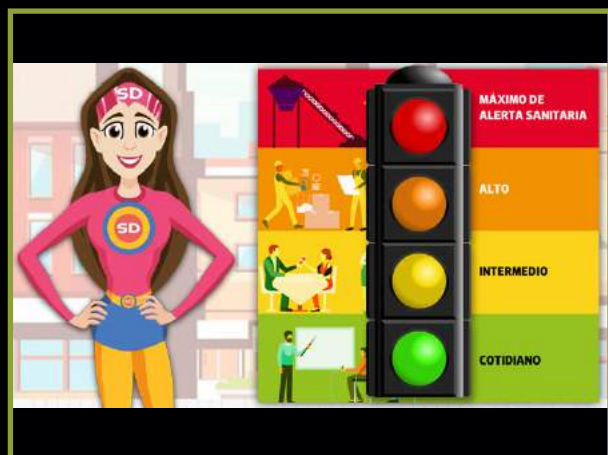
El Coronavirus ha sometido a miles de millones de habitantes en el mundo, hoy el encierro en el hogar es sinónimo de tener el mejor escudo para salvar la vida. Pero no hay garantía. Los días son aciagos.

La pandemia puso contra la pared a personas, negocios de todo tamaño, a la comunidad científica -en especial a los médicos y químicos-, también a empresas, instituciones, gobiernos y medios de comunicación de todo tamaño. A todas y a todos. Cada uno ha buscado dar la respuesta correcta ante el mayor desafío que ha tenido la humanidad en este siglo XXI, que es quizá el mayor desafío para la humanidad en su conjunto de toda la historia del planeta. Es sumamente difícil de comprender, suena a locura.

El gobierno de AMLO ha tenido tres notorios aciertos de comunicación para informar sobre cómo ha golpeado día a día la pandemia y el qué hacer para enfrentarla, también un error de cálculo en sus mensaje que es muy serio.

- La Conferencia de Prensa diaria a las 7 de la noche.
- La creación del personaje Susana Distancia, toda la población lo comprende, de todos los niveles sociales.
- El Semáforo de Cuatro Colores para entender el proceso de regreso, a lo que el mismo gobierno llama Nueva Normalidad.
- Pero deben corregir el error de cálculo comunicando pronósticos de rango, no de cifras ni días exactos, eso es un imposible.

Cierto, el gobierno de México es único en el mundo por la cantidad de información relacionada con la pandemia que difunde a diario a sus ciudadanos, pero eso no lo exenta de la polémica, los cuestionamientos y la crítica dura. La oposición a AMLO se activó con la pandemia, está presente en redes, columnas de periódicos y mesas de discusión, que han subido de tono. La política en tiempos de pandemia está al rojo vivo, los medios son su natural campo de batalla. Es la democracia.





En tiempos de Covid-19 solo algunas empresas decidieron producir campañas relacionadas con la pandemia, la mayoría de las marcas consideraron que el golpe del Covid-19 merecía guardar la calma y retirar la publicidad de medios por respeto a la incertidumbre y a la tragedia. Arriesgarse a lanzar un mal mensaje puede traer consigo resultados desastrosos.

Pero también algunas marcas consideraron que dar la cara y decir con voz de tenor un "aquí estamos", es importante en estos tiempos de incertidumbre. La marca que ha echo la mejor campaña publicitaria en tiempos de pandemia es Bimbo, tomó una decisión muy certera: su mensaje es decir lo que han estado haciendo durante todo este tiempo de zozobra: trabajan todos los días.

Algunas otras marcas, como Santander, produjeron spots que buscan animar el espíritu. BBVA hizo donativos para ampliar la capacidad hospitalaria en centro médicos como el INER. La aportación de Citi Banamex es poner en línea una canción que cantan varios artistas. El jabón Zest hizo un anuncio en el que recuerdan la importancia de lavarse las manos: utiliza el jabón que tengas en casa. El tema de Zoom es historia aparte, conectó a toda la sociedad de forma directa.

Los partidos políticos de oposición no han presentado una sola buena idea que sea memorable, en tiempos que exigen cooperación no han presentado una sola propuesta que tenga eco entre la gente.

El noticiero de Canal 22 subió el 100 por ciento su audiencia, el de Ciro Gómez Leyva aumentó en un 40 por ciento, todos los noticieros han sido más vistos.

- Por su parte, las OTTs crecieron en el mundo. Los casos de Netflix y Disney son para estudiarse, la pandemia les ha dado un crecimiento mayor a diez por ciento a cada uno. El porcentaje es notable. Lo mismo sucede con Prime. El #QuédateEnCasa les representa también un compromiso con los espectadores. Mientras tanto, los cines y teatros cerrados.
- Los tiempos de pandemia también encierran un misterio mayor: la televisión abierta ha aumentado su audiencia entre un 25 y un cien por ciento o más, sin embargo la inversión publicitaria ha caído, las marcas decidieron reservar sus campañas hasta ver que la tormenta amaina. Deberían tener presencia, un error estar cruzados de brazos.

Los canales de tele abierta comerciales no han presentado hasta hoy un programa emblemático para acompañar a los espectadores en tiempos de pandemia. En cambio Eugenio Derbez y el Dr. Chunga sí han acompañado al público con su comedia de forma especial.

Reportajes sobre problemas en los hospitales se han visto muchos, su tema recurrente: las carencias de material de protección para personal médico. Los comentaristas que se dedican a especular se convirtieron en principales alimentadores de las Fake news. En estos tiempos de pandemia se han destruido también prestigios que se atascaron en el amarillismo.

Tener ideas creativas a la altura de las circunstancias en tiempos de pandemia no es algo que se dé en maceta, destaca el Consultorio de Radio y Televisión de Zacatecas que ha dado más de medio millón de consultas por radio y la eLigaMX.



Hombres y Mujeres

Desde siempre y en especial de 2019 para acá, he venido alertando sobre el peligro de que desaparezcan los fondos públicos para producir cine en México. Escucho en los pasillos demasiadas falsedades sobre los fondos públicos, malévolamente se les quiere dinamitar desde hace años. Lo cierto es que los fondos públicos han permitido a nuestro país ser una potencia mundial en la producción cinematográfica, en 2019 México realizó 216 películas (más de 100 apoyadas por fondos públicos). Es todo un récord que al parecer no se está tomando en cuenta. AMLO y su equipo deben considerar que los fondos públicos son vitales para el cine mexicano, son un magnífico motor para la producción audiovisual en general mexicana. Y es que en esta industria no hay nada más complejo que producir una película, exige mucha disciplina a todos los que intervienen, es muy difícil hacer una buena película. El cine fortalece la identidad cultural de los países, eso es indiscutible, por eso se produce con tanto entusiasmo en Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, España, Francia, Rusia, Japón, China, India e Italia. Su cine los hace fuertes. Cuando en países como Guatemala, Nicaragua o Uruguay se produce una película, de inmediato se convierte en el foco de atracción cultural del país entero ■ El cine es principalmente un acto cultural y social, y lo es de primera importancia. En México sabemos que las películas mexicanas forman parte de la cultura popular, cuando en Canal 22 se programa una película mexicana seguro tendrá la más alta audiencia. Por ejemplo, los largometrajes de Hermosillo alcanzaron apenas hace unas semanas hasta más de medio millón de espectadores. En los canales de Televisa, el rating sube cuando programan las películas de Cantinflas o Pedro Infante. Saben que si programan la película Dos tipos de cuidado en horario estelar de un domingo, seguro el más alto rating llegará, no tiene pierda ■ El cine hecho en México -películas y documentales- es parte esencial de la cultura nacional. Dejar de hacer cine en nuestro país es un atentado contra la cultura nacional, por eso es que los fondos públicos deben seguir ■ También aquí he insistido una y otra vez que no es buena idea el quitar fondos públicos a las televisoras (a canales comerciales y públicos de tele abierta) para difundir campañas de gobierno. Se cree que ese dinero era un exceso, quizá habría que revisar los montos, buen hábito que nunca debe descartarse. Pero esas campañas publicitarias de

gobierno son necesarias para comunicar mensajes importantes para la población y dar identidad nacional. Si esas campañas publicitarias no regresan a los canales de tele abierta, será un error histórico tan grave como haber quitado la materia de Civismo en primarias y secundarias. A qué tipo de campañas publicitarias me refiero: de alimentación, no a las drogas, de cuidados de salud, de civismo, escolares, de buen trato a las mujeres, de impulso a las pequeñas y medianas empresas, de fomento al ahorro, de vacunación, incluso spots que informen de nuevas obras. Las campañas publicitarias de gobierno dan sentido de unión nacional, permiten que la gente comprenda mejor su responsabilidad, no basta con Las Mañaneras ■ **Jenaro Villamil** alertó sobre la Infodemia, que es fabricar noticias falsas y publicitarlas en redes sociales bajo el método de la reacción en cadena con el objetivo de causar zozobra y miedo en la sociedad. El tema es muy importante, las Fake news han hecho mucho daño los últimos tiempos, por

eso es que la campaña contra la Infodemia debe ser cotidiana: la mejor fórmula para combatir las Fake news es no compartirlas pero sí comentarlas para despertar conciencias. Ojo: una cosa son las Fake news y otra la crítica y la información NO OFICIAL que contrasta los datos oficiales de gobiernos, empresas y personas de fama o de especialistas ■ Si bien todo lo ha trastocado el Covid-19, es importante destacar que la pandemia ha impulsado los niveles de audiencia de la tele abierta y también el desarrollo de la tecnología de post y producción remota, la industria audiovisual no se detiene ■ Televisoras y OTTs como Netflix, Prime y Claro Video viven un cuello de botella: como se detuvieron sus producciones ahora necesitan encontrar la manera de producir a mayor velocidad, el objetivo es que los espectadores no huyan de sus pantallas porque sientan poca emoción al no encontrar contenidos nuevos. Las marcas también necesitan producir publicidad (no solo promocionales) para posicionar marcas y motivar consumo ■



teknomérica

Somos distribuidores autorizados

Panasonic **JVC**



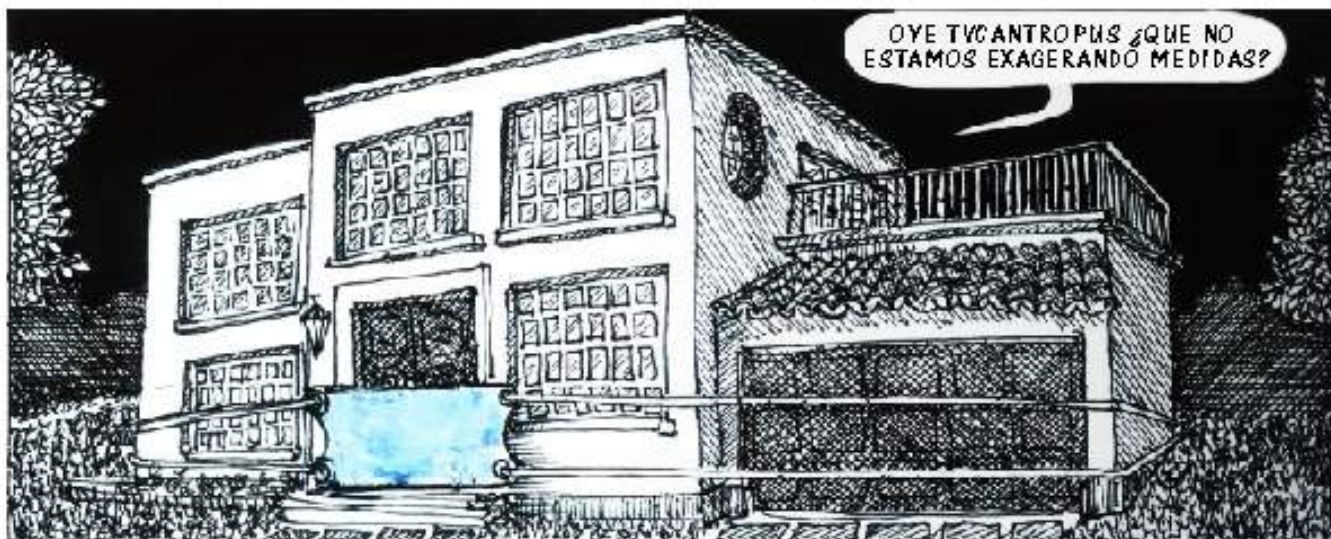
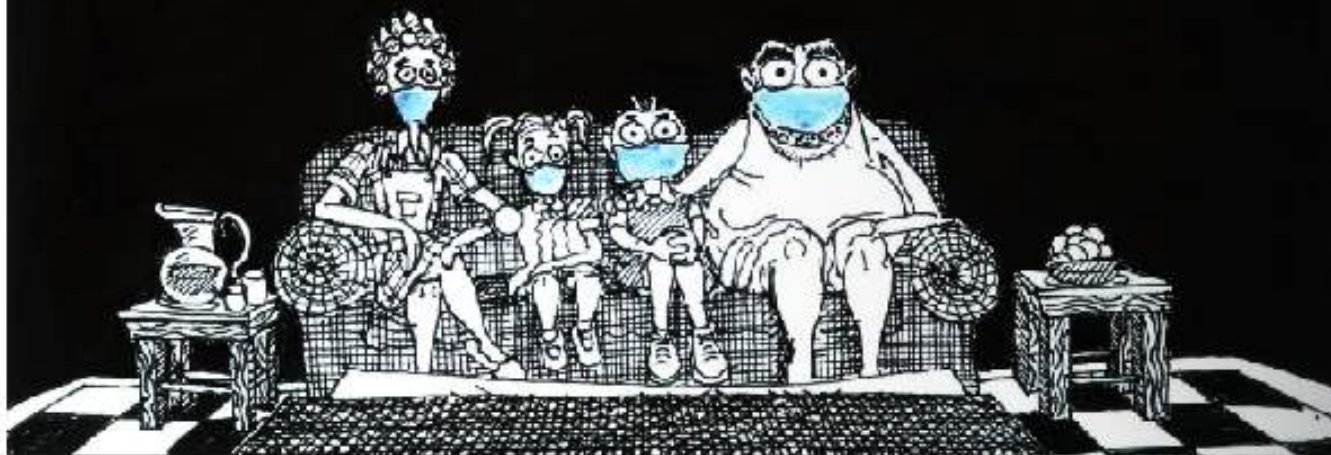
NewTek

Roland
Systems Group

Tel. 5574 7487

www.teknomerica.com

CARICATURA PUBLICADA EN JULIO DE 2009



TRABAJANDO JUNTOS, LOGRAREMOS SALIR ADELANTE ¡FUERZA MÉXICO!

AMTEC

A

MICRO UNIDAD MÓVIL HD + 4K BLACKMAGIC DESIGN.

LLAVE EN MANO

CONTIENE:

- SMARTSCOPE **DUO 4K.**
- ATEM PRODUCTION STUDIO 4K CON **2XSSDS.**
- HYPERDECK **STUDIO PRO.**
- SMART **VIDEOHUB 12X12**
Ó UN MULTIDOCK 10G
- RACK DE **6RU SKB**



\$6,995* DÓLARES

INCLUYE CONFIGURACIÓN, CAPACITACIÓN
Y PUESTA EN MARCHA.

*MÁS IVA

Blackmagicdesign



Compatible con cámaras **Blackmagic, JVC, Sony, ARRI** y más.
Configuraciones para streaming disponibles.
Si ya cuentas con algún elemento, complementamos
e integramos la solución a tu configuración.

Diagonal San Antonio No. 934 Col. Del Valle, C.P. 03100, Ciudad de México.
Tel. 55 23 1418. www.amtec.com.mx



@amtec_tecnologia



amtecmx



amtecnologia

55 8049 3445

SONY

¡DESCUBRE EL MUNDO DE 4K HDR!

INNOVACIÓN CON EXCELENTES NIVELES EN CALIDAD DE IMAGEN, PORTABILIDAD Y FLEXIBILIDAD CREATIVA

PXW-Z280

Sensor 3CMOS 4K de 1/2"

PXW-Z190

Sensor 3CMOS 4K de 1/3"



Tarjeta de Memoria SxS



- Tarjetas de memoria SxS Pro+ y SxS-1 con velocidades de transferencia de hasta 440 MB/s
- Ofrece mayor rendimiento y confidencialidad para las videocámaras
- SxS Pro+ disponibles en : 64GB, 128GB, 256 GB
- SxS-1 disponibles en: 32GB, 64GB, 128GB

Tarjeta de Memoria Serie SF-G Tough UHS-II SDXC



- Capacidad de almacenamiento : 32GB, 64GB y 128GB
- UHS-II / U3 / Class 10
- Velocidad Lectura Maxima: 300 MB/s
- Velocidad Escritura Maxima : 299 MB/s
- Especificaciones de Alta Resistencia

Tarjeta de Memoria Serie SF-M UHS-II SDXC



- Capacidad de almacenamiento: 64GB, 128GB y 256GB
- UHS-II / U3 / Class 10
- Velocidad Lectura Maxima: 277 MB/s
- Velocidad Escritura Maxima : 150 MB/s



XDCAM™ Exmor R™

3CMOS

XAVC

MPEG HD422

DVCAM™

SF-G

SxS

WiFi CERTIFIED

www.pro.sony

Sony.ProfessionalLatinAmerica

@SonyProLatin