

TELEMUNDO

Oscar Cadena
Con el tiempo descubres que La FELICIDAD no te la da el poder ni la riqueza, te la da La LIBERTAD



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



Entrevista Exclusiva con **Juan Osorio**

El día que me tiré un balazo en la cabeza, dejé drogas y alcohol

Sondeo entre publicistas
Parte 2 • ¿Cuáles de mis campañas publicitarias recientes me gustan más y han dado mejores resultados?

Informes Especiales

- Familia de lentes Canon
- Caracteres y Gráficos XPression
- Canal 22, líder en digitalización y HD



 **PANTALLA DE CRISTAL** | Gana Lemon Films
Mejores Valores de Producción por Salvando al Soldado Pérez

 Sección **2012 WTC México** EXPO CINE VIDEO TELEVISION
del martes 5 al viernes 8 de Junio PANTALLA PROFESIONAL

- Leds Litepanels • Software Vantage
- Cámara Sony F65 • Muros AudioWave
- TuraGrúas • Videoproyectores Panasonic
- Microcámaras Contour • Arri HDMI



Animación y Postproducción

Mención Especial a Affyoz por videoclip Santo Mezcal / La Muerte



Investigación: Las 100 películas más taquilleras del 2011. Diez son mexicanas



Año 20, N° 123 feb/mar 2012

Director General y Editor
José Antonio Fernández Fernández
joseantonio@canal100.com.mx
twitter: @joseantoniofer

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

Colaboradores, Articulista y Reporteros
Humberto Aguinaga, Juan Manuel Borbolla, Álvaro Cueva, Javier Esteinou, Juan Farre, Fátima Fernández, Jerónimo Fernández Casillas, Nicolás Fernández Casillas, Leonardo García Tsao, Goverra, Carlos Gómez Chico, Adriana Nolasco, Juan Ibarquingoitia, Lucía Suárez, Manolo, Benjamín Méndez, Bernardo León, Florence Toussaint.

Colaboración Especial
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

Coordinación de Información Editorial y edición de videos de Canal100.com.mx y Suscripciones
Adriana Piñas Barrera
adriana@canal100.com.mx

Asistente de Diseño
Erika Yamile Ramos González
yamile@canal100.com.mx

Asistente Distribución, Tráfico y Archivo
Martín Rogelio Anzures Pérez

Fotografía
Víctor Manuel Mendoza Paredes y Rocío Magaña

Asistente Directorio Pantalla y Suscripciones
Itzel López Saldaña

Imprenta: **MBM**

Negativos: **Graphic Solution**

Telemundo, Primera Revista especializada para Profesionales del cine, el video y la televisión, es una publicación de Creatividad en Imagen, S.A. de C.V. Tiraje: 9 mil ejemplares. Precio por ejemplar \$40.00 M.N. Registro ante la Dirección General de Derechos de Autor N° 184-92. Certificado de Licitud de Título N° 6158 y Certificado de Licitud de Contenido N° 4731, otorgados por la Comisión Calificadora de Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Publicación periódica. Permiso Provisional autorizado por SEPOMEX PP09-0106 Derechos Reservados. No se devuelven materiales. Los anuncios son responsabilidad de la compañía que los firma. Impreso en MBM Impresora, Mirador 77, Tepepan. Domicilio Revista Telemundo: Calle Plutón Mz.ELt. 3PH, Col. Media Luna, Coyoacán C.P. 04737, México, D.F.

Publicidad y Suscripciones

Tel.: 5528 6050 Fax: 5528 8631 canal100@canal100.com.mx

Entrevista **Juan Osorio**
14 Cuando me tiré un balazo a la cabeza, dejé drogas y alcohol

4 **Editorial** **P**anadero

6 **Pantallas y Comercialización** **M**over las fichas

8 **Sección Expo** **L**eds Litepanels, Software Vantage, Cámara Sony P Muros AudioWave, TuraGrúas, Videoproyectores...

22 **Información Estratégica** **C**laro está hoy que la Cofetel...

24 **Informe Especial** **C**aracteres y Gráficos XPression

32 **La Colección de Leonardo García Tsao** **D**iez mejores películas de Cine Mudo

34 **Hombres y Mujeres** **P**edro Armendáriz, Alberto Santini, Elvira García, René Drucker, Alejandra Sánchez, Emilio Azcárraga.

38 **Entrevista a** **O**scar Cadena. Con el tiempo descubres que La FELICIDAD no te la da el poder ni la riqueza, te la da La LIBERTAD

44 **Nuevas Tecnologías** **Q**ué cuidar al digitalizar

60 **Investigación** **L**as 100 películas más taquilleras. 10 son mexicanas

52 **Animación y Postproducción** **M**ención Pantalla de Cristal por Santo Mezcal / La Muerte para Affyoz

54 **Informe Especial** **C**anal 22, líder en digitalización HD

58 **Informe Especial** **F**amilia de lentes Canon

62 **El Periscopio, de Fátima Fernández** **G**arcía Osegueday el ZhiNeng QiGong en Platicando con Alazraki

64 **Detrás de Cámara** **P**antalla de Cristal | Gana lemon Films por Mejores Valores de Producción por Salvando al soldado Pérez

66 **Sondeo de Opinión** **¿**Cuáles de mis campañas publicitarias recientes me gustan más y han dado mejores resultados? **Parte 2**

70 **Hombres y Mujeres** **J**osefina Vázquez Mota, Santiago Creel y Ernesto Cordero...

72 **TV Cantropus** por **G**overra

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

Los Precandidatos y el Cambio Comunicativo en México

Los desafíos de la comunicación por el Dr. Javier Esteinou Madrid (jesteinou@gmail.com)

(Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.)

Desde hace más de 92 años en el ámbito de la radio y 61 años en el terreno de la comunicación se conservó mayoritariamente en México los modelos de comunicación monopólicos, concentradores, autoritarios, discrecionales, unilaterales, anti ciudadanos, anticompetitivos, sin derecho de réplica, etc. que caracterizaron el funcionamiento de la radiodifusión nacional durante muchas décadas. Dicho prototipo comunicativo-cultural contribuyó de manera sustancial a crear una decadencia mental, psíquica, ideológica y espiritual que afectó medularmente la evolución de la sociedad mexicana, especialmente en el ámbito de la formación de una cultura política participativa; y obstaculizó el desarrollo equilibrado, justo y virtuoso de la misma.

No obstante dicha preocupante herencia y la fuerte necesidad de cambio de la misma, a principios de la segunda década del siglo XXI, se continua sosteniendo dicha realidad de forma maquiada por el Estado alimentando para las próximas décadas la existencia de más cultura salvaje, con su respectivo triunfo de la cultura idiota; y no la creación de una cultura y comunicación sustentables que nos permitan sobrevivir armónicamente en la nación. Así, el tercer milenio mexicano volvió a nacer con el viejo espíritu opaco, discrecional, cerrado, vertical, viciado y déspota que distinguió al antiguo modelo de comunicación-mercado que dominó durante el siglo XX en México.

Dentro de este marco histórico las leyes federales de Radio y Televisión y de Telecomunicaciones, han sido el marco jurídico operativo que contribuyó a conservar fundamentalmente dicho viejo status quo de la comunicación en el país. Así, por una parte, tales recursos han sido los instrumentos normativos que han determinado las modalidades como se edifica la conciencia, la democracia, y el espíritu colectivo del país en el presente y futuro; y por otra, han influido medularmente sobre el proceso cotidiano de cimentación y de construcción psíco-emocional de las comunidades.

Es por ello, que ante esta gran anacronismo y vacío jurídico que existe en la materia es una obligación prioritaria que el nuevo gobierno legisle en la materia y reorganice equilibradamente las relaciones comunicativas que existen entre el Estado, la sociedad y los medios de difusión colectivos, siendo que es un compromiso que aún tiene pendiente de cumplir con la comunidad mexicana desde hace muchos años décadas. Sin embargo los actuales precandidatos y candidatos a la presidencia de la Republica para el periodo 2012-2018, en su fase de precampañas y campañas han tocado vagamente algunos aspectos de la agenda nacional como son la economía, la política, la educación, el empleo, la seguridad, la salud, la reforma del Estado, la migración, las relaciones internacionales, etc., pero en ningún caso han abordado esta antigua demanda comunicativa estratégica para el crecimiento de la sociedad mexicana desde hace muchos años.

Es por ello, que ahora resulta indispensable que los candidatos a la presidencia se pronuncien públicamente sobre cómo modificar el viejo modelo de comunicación nacional para crear una nueva relación trilateral entre el Estado, los concesionarios y la sociedad de naturaleza abierta, democrática, plural, equilibrada, transparente e incluyente que permita que los ciudadanos participen colectivamente mediante éstos, para contribuir a enriquecer el espectro político-cultural de la nación y crear una cultura civilizatoria superior que nos permita sobrevivir pacíficamente en nuestro país.

De lo contrario, parecerá que los candidatos están decididos a arriesgarse a pronunciarse en cualquier ámbito de la política nacional, excepto en el terreno de la comunicación colectiva. Con ello demostrarán que están dispuestos a conservar disfrazado el viejo modelo decadente de comunicación que ha reinado en el país durante más de medio siglo, y no cuentan con decisión contundente para transformarlo con el fin de imprimirle otra dirección comunicativa a la nación ■

