360°

UDEM

EL GRAN CONFINAMIENTO

NO. 03

SEE YOU ZOOM!
¿HOME SCHOOLING Y
HOME OFFICE PARA SIEMPRE?

EL KILIMANJARO: MI AVENTURA
EN EL TECHO DE ÁFRICA

LOS CÓMICS EN EL CINE:
NUESTRA MAYOR OBSESIÓN

360°

UDEM

WWW.360UDEM.MX
UNIVERSIDAD DE MONTERREY

Alcanzar la excelencia, sí se aprende en la UDEM

POSGRADOS UDEM

UDEM | INSPIRANDO TU MEJOR VERSIÓN

udem.edu.mx

360º

UDEM

STATEMENT

La Organización Mundial de la Salud declara la pandemia a nivel mundial por COVID-19; Wall Street tiene su peor caída desde 1929; se posponen las Olimpiadas de Tokio 2020.

MARZO

Redescubrimos la cocina, desempolvamos *hobbies* y encontramos nuestro rincón favorito en casa mientras tomamos clases *online* o hacemos *home office*.

Los casos de COVID-19 llegan a 3 millones a nivel mundial; Kim Jong-un confunde al mundo sobre si está vivo o muerto; el Pentágono presenta tres videos con objetos voladores no identificados.

ABRIL

El planeta obtiene un respiro de las consecuencias de la crisis climática.

Se disparan en decenas de países las protestas sociales y raciales contra la brutalidad policiaca por el asesinato de George Floyd en Mineápolis; aparecen las avispas asesinas en Estados Unidos.

MAYO

SpaceX lanza su primer cohete tripulado a la Estación Espacial Internacional.

Los casos de COVID-19 llegan a 10 millones y superan las 500 mil muertes; Beijing empieza su segunda cuarentena; se agrava la crisis humanitaria en Yemen.

JUNIO

Presentan cuatro proyectos de vacunas mexicanas contra COVID-19.
Alumnos graduados de la UDEM viven un histórico Commencement virtual.

Jeff Bezos, de Amazon, se vuelve más súperbillonario al sumar 13 mil millones de dólares a su fortuna; estudiantes en China son arrestados por la nueva ley en redes sociales.

JULIO

Los fans del K-pop se unen para protestar pacíficamente contra el racismo y problemas sociopolíticos.

California sufre su peor época de incendios en la historia; cientos de toneladas de nitrato de amonio explotan en el puerto de Beirut, Líbano, y dejaron al menos 190 muertos y 6,500 heridos.

AGOSTO

África logra erradicar la poliomielitis.

Todo esto pasó desde la última vez que nos vimos en la UDEM. Cosas malas, cosas mejores. Momentos duros, durísimos, pero otros llenos de esperanza y fuerza. Con este No. 03 queremos festejar el poder que llevas dentro para salir adelante en este año atípico, en estos semestres raros, en esta vida en pausa.

Esta *360º UDEM* No. 03 te pertenece. Disfrútala. Nos divertimos mucho haciéndola (desde casa) para ti.

No. 03

PORTADA
FOTO: SARAI CUELLO GUTIÉRREZ, COLABORADORA UDEM
ALUMNOS: JESÚS ARMANDO MIYAKI REYNA, 1.ER SEMESTRE DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
KAROL SABINE MORENO MARTÍNEZ, 6.° SEMESTRE DE LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES

CARTA DEL RECTOR

QUERIDOS JÓVENES:

Hemos vivido un año difícil, en medio de la incertidumbre y escenarios cambiantes a nivel global. Se ha tratado de una situación nueva, pues nadie en el mundo había vivido una pandemia como la que hoy estamos atravesando y que ha marcado un parteaguas en el curso de sus estudios.

En la UDEM hemos tomado decisiones difíciles que han implicado dejar de vernos en persona; tomar clases en línea, vivir una graduación remota e iniciar un nuevo semestre de esta manera, tan solo por mencionar algunas. En ocasiones, la distancia ha sido dura pero, al mismo tiempo, nos ha hecho más fuertes. Me siento muy contento porque veo que han encontrado nuevas maneras de estudiar, establecer conexiones y hasta socializar. Han hecho un trabajo estupendo para adaptarse a un entorno desafiante en el que, como institución, hemos tenido muy claro que nuestra prioridad es salvaguardar la salud de nuestra comunidad.

A nivel mundial, el confinamiento ha tenido un impacto en la manera en que vivimos la educación. En la UDEM, hemos desarrollado un esquema innovador y con el sello que nos ha distinguido desde hace más de 50 años. Además, no hemos escatimado en capacitación para nuestros profesores e inversiones en recursos tecnológicos para adaptar la experiencia UDEM a un formato de excelencia, seguro y desde casa. También hemos adaptado nuestras instalaciones con todas las medidas sanitarias a fin de prevenir los contagios por COVID-19, una vez que regresemos al campus. Así estamos preparados para cuando llegue el momento que todos estamos esperando: el de volvernos a ver.

Estoy seguro de que unidos, a la distancia, inspiramos tu mejor versión.

MARIO PÁEZ GONZÁLEZ / RECTOR

360°
UDEM

DIRECTORIO

¿CÓMO SOBREVIVISTE LOS PRIMEROS MESES DEL #QUÉDATEENCASA?

UDEM

MARIO PÁEZ GONZÁLEZ
RECTOR

Suficiente hidratación, sana alimentación, ejercicio, yoga y todas las películas clásicas posibles.

NERY EVELYN GRACIA LEDEZMA
DIRECTORA DE COMUNICACIÓN Y MERCADOTECNIA

Yoga, terapia y rica comida.

ARIADNA MONTELONGO VALDÉS
GERENTE DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Con paciencia.

NICELIA MARÍA BUTTÉN SALAZAR
RESPONSABLE DE PUBLICACIÓN UDEM

Fortaleciendo mi vida espiritual y con muchas to-do lists.

DANIELA RUTH BRAVO CEBALLOS
RESPONSABLE DE CONTENIDOS UDEM

Ocupando la mente en cursos en línea, leyendo y trabajando en fotos temáticas.

FERNANDO GERARDO ZAPATA GONZÁLEZ
FOTÓGRAFO INSTITUCIONAL

Convivir con mi familia 24/7. Más que sobrevivir, ha sido vivir nuevas experiencias.

SARAI CUELLO GUTIÉRREZ
FOTOGRAFÍA DE PORTADA

Ocupada, con rutinas y con un área de trabajo adecuada.

ALEJANDRA KARINA LÓPEZ GARCÍA
COMMUNITY MANAGER

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN Y MERCADOTECNIA
TEL. (81) 8215 1000 EXT. 1096
CORREO: dicme@udem.edu.mx

360° UDEM

JAVIER MARTÍNEZ STAINES
DIRECTOR EDITORIAL

Bebiendo a todas horas.

FERNANDA AGUILAR FLORES
DIRECTORA DE ARTE

Intensa convivencia familiar, buena música, grandes libros, ejercicio... y mucha comida.

ALONSO AGUILAR
EDITOR EN JEFE

¡Larga vida al lofi hip hop y a las cervezas artesanales!

JENIFFER VILLA
EDITORA DE ARTE

Escuchando música, dibujando y horneando.

NURIA BALLESTEROS
REDACCIÓN

Postre diario.

LORENA PONTONES
CORRECCIÓN DE ESTILO

Con el cuerpo encerrado, pero con la mente y el alma más libres que nunca.

GIOBANY ARÉVALO, ANÍBAL BARAJAS, SABINA BAUTISTA, IDALIA ILEANA CABALLERO, GABRIEL DELGADO, ESTHER DIEZ, NERY GRACIA LEDEZMA, MARGOT GUERRERO, JEAN GUERRERO DIB, VALERIA LEÓN, SHADY MOHAMED REINOSO, DIANA TORRES, LUIS ANTONIO SÁNCHEZ
COLABORADORES EDITORIALES

Comiendo sopa... y leyendo. La literatura siempre me ha salvado de todos los "aislamientos".

Alimentando mis pasiones y retomando proyectos inconclusos que requerían dedicación y tiempo.

CELINE ÁLVAREZ NAVA, ELIAN TUYA
ILUSTRADORES

Adaptándome a la nueva dinámica familiar y aprendiendo protocolos de sanitización para toda la familia.

DANIEL ALMEIDA, SHUTTERSTOCK
FOTOGRAFÍA

ARIADNA MONTELONGO VALDÉS, CARLOS GARCÍA, DANIELA BRAVO, DIANA WOOLRICH, NERY GRACIA, NICELIA BUTTÉN, ALONSO AGUILAR, FERNANDA AGUILAR FLORES, JAVIER MARTÍNEZ STAINES
CONSEJO EDITORIAL

JAVIER MARTÍNEZ STAINES
FERNANDA AGUILAR FLORES

ThinkTank new media

360° UDEM es una publicación semestral editada por la Universidad de Monterrey (UDEM), con domicilio en Av. Ignacio Morones Prieto 4500 Pte, San Pedro Garza García Nuevo León, México. Año 2020. Número 03. Editor responsable: Alonso Aguilar. Circulación controlada de 8,500 ejemplares. Impresa por Servicios Profesionales de Impresión SA de CV (SPI), con domicilio en Mimosas No. 31, Colonia Santa María Insurgentes, Ciudad de México. Las opiniones expresadas por los autores no reflejan necesariamente la postura de la UDEM. Queda autorizada la reproducción parcial de los contenidos e imágenes siempre y cuando se cite debidamente la fuente. THINKTANKMEDIA.MX

CONTENIDO

No. 03
OTOÑO 2020

16 FILL IN THE BLANK
17 CARTEL
131 MANDALA

PORTADA

26

EL GRAN CONFINAMIENTO
Pensamos que estaríamos un mes en casa y aquí seguimos. ¿Qué hemos aprendido y qué nos falta? Un puntual diagnóstico de los siete meses más extraños de nuestras vidas.

ENTRECOMILLAS

6/80/142
Frases poderosas que transformarán tu vida y te inspirarán. En esta edición: Jack Kerouac, Diane Guérrero y Adela Hernández.

FEED

8
Nuestra relación con el mundo a través del arte, deporte, estilo, gastronomía y destinos... Te contamos las tendencias.

EXPERIMENTO

12
Les preguntamos sobre su estado de ánimo y nos respondieron en emojis.

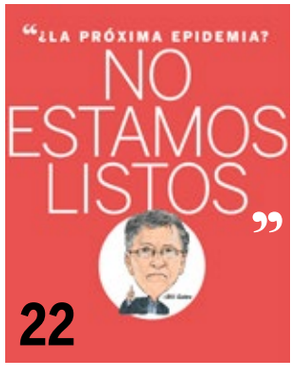
DESK

18
Mariana García y Jessica Ochoa nos enseñaron sus escritorios. En estos semestres atípicos, *desk is the new backpack*.

MOODBOARD

20
Paraíso local: disfrutemos de las bellezas que nuestro país tiene.

ESPECIAL: CORONAVIRUS



24 NUMERALIA
La viralidad del COVID-19.

34 EL NUEVO ROSTRO
El cubrebocas, un símbolo de nuestros tiempos.

40 ¿CÓMO VIVIMOS EL GRAN CONFINAMIENTO?
Varios udemitas nos comparten lo mejor y lo peor de estos meses.

44 *SEE YOU ZOOM!*
Las videollamadas son la nueva modalidad para estudiar, trabajar o convivir.

50 REDES SOCIALES Y PANDEMIA
¿Qué tanto reflejamos el valor cívico, la empatía y la solidaridad en nuestras publicaciones?

56 CORONAVIRUS, CAMPUS Y PROTECCIÓN: LO QUE SIGUE
Una ficha informativa para cuando volvamos al mejor campus del mundo.

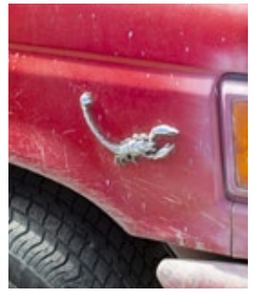
62 PREPA *ONLINE* - UNIVERSIDAD *ONLINE*
El universo desde un pequeño escritorio en casa.

66 GRAFFITI
Maupal, Tom y Jerry en Roma.

70 LAS PELÍCULAS DE SUPERHÉROES

82 LA OLA VERDE EMPAPA A LA MODA

88 TODOS QUEREMOS SER *INFLUENCERS*



96 NORTE

104 FRAUDE Y PLAGIO UNIVERSITARIO
¿Quién eres realmente? Qué tanto es tantito y cómo ser mejores estudiantes (y ciudadanos).

110 BIENVENIDO AL TECHO DE ÁFRICA
La crónica de un ExaUDEM de cómo llegó a la cumbre del Kilimanjaro, el punto más alto del continente africano.

118 ALIMENTACIÓN SUSTENTABLE Y CRISIS CLIMÁTICA
El *mindfulness* entra por la boca. O te aclimatas o te aclimueres. Dos artículos hermanos sobre el futuro (y el presente) de nuestros hábitos de consumo y sus efectos.

124 EL SIGLO XXI ES DE LOS GOATs
¿Por qué los mejores deportistas de la historia han logrado sus hazañas en los últimos 20 años?

132 ADICTOS A F·R·I·E·N·D·S
¿Por qué no podemos parar de ver esta serie? El mejor ejemplo de *snackable content* en la televisión moderna.

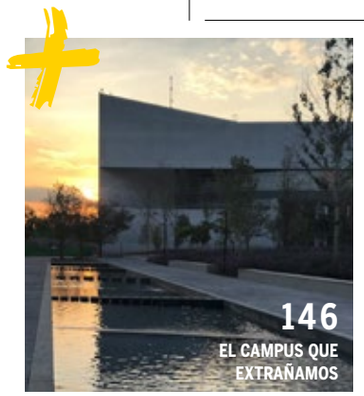
138 MANIFIESTO 360º #3
Hacer (bien) de cenar puede cambiar tu vida.

SAPIENS

152 CORONAVIRUS, ELECCIONES EN ESTADOS UNIDOS Y TEORÍA DE LA CONSPIRACIÓN
Jason R. Weidner

154 SI NO ERES DIGITAL, NO EXISTES
Marta Sylvia del Río

155 CHINA Y LAS PANDEMIAS
Omar Alejandro Rangel Selvera



156 HÉROES
Cuando el mundo cambió, estos udemitas aprovecharon el momento para sacar lo mejor de ellos.

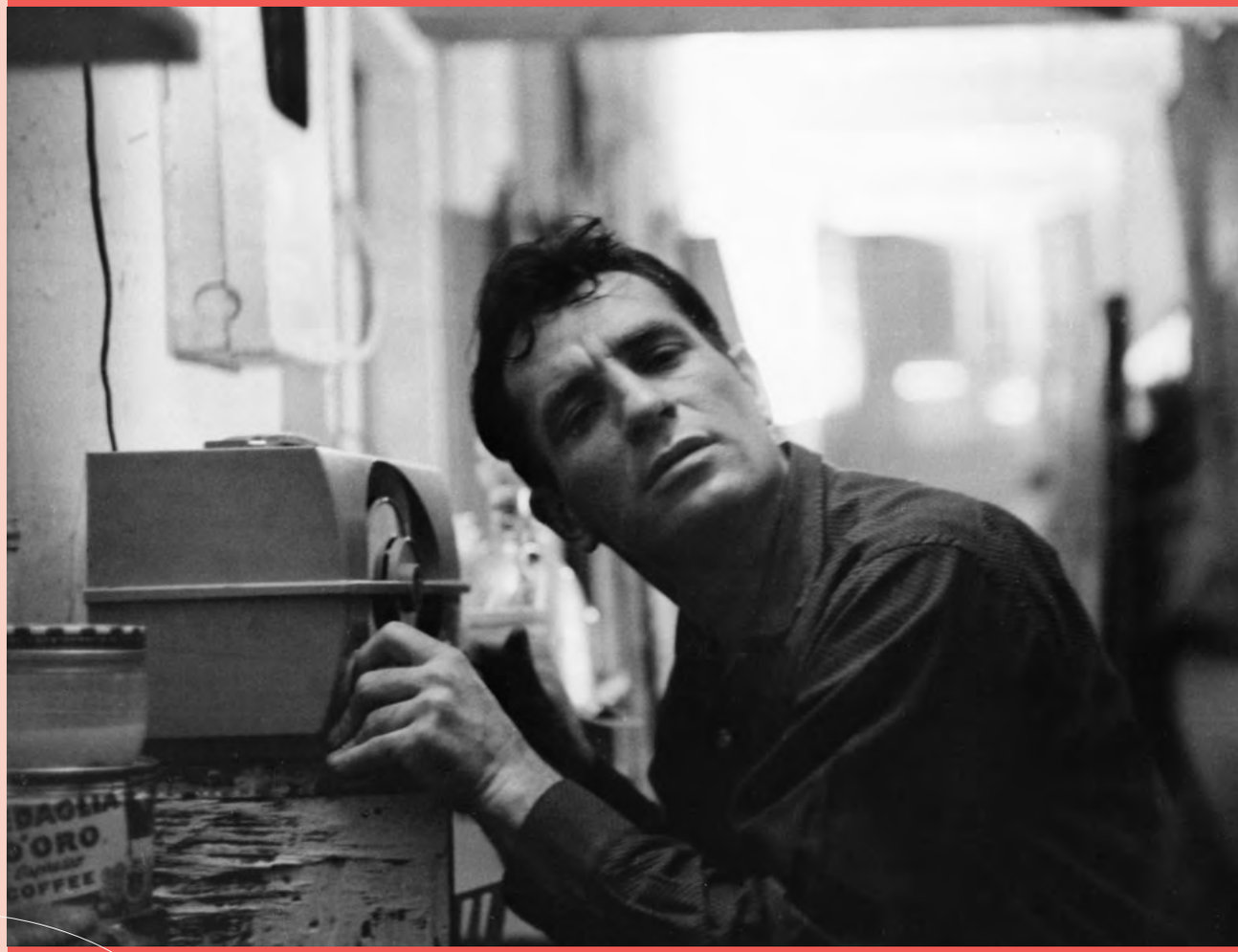
158 CLASSNOTES
Estos ExaUDEM aportaron su granito de arena desde sus trincheras durante la emergencia sanitaria.

156 KICKER
El juego del cabrito.

“...Porque al final no recordarás todas las horas que pasaste trabajando en la oficina o cortando el césped. Ve y escala esa montaña”

Jack Kerouac

Poeta y novelista estadounidense. Autor de On The Road, *miembro de la generación Beat y eterna inspiración de Bob Dylan y de cientos más.*



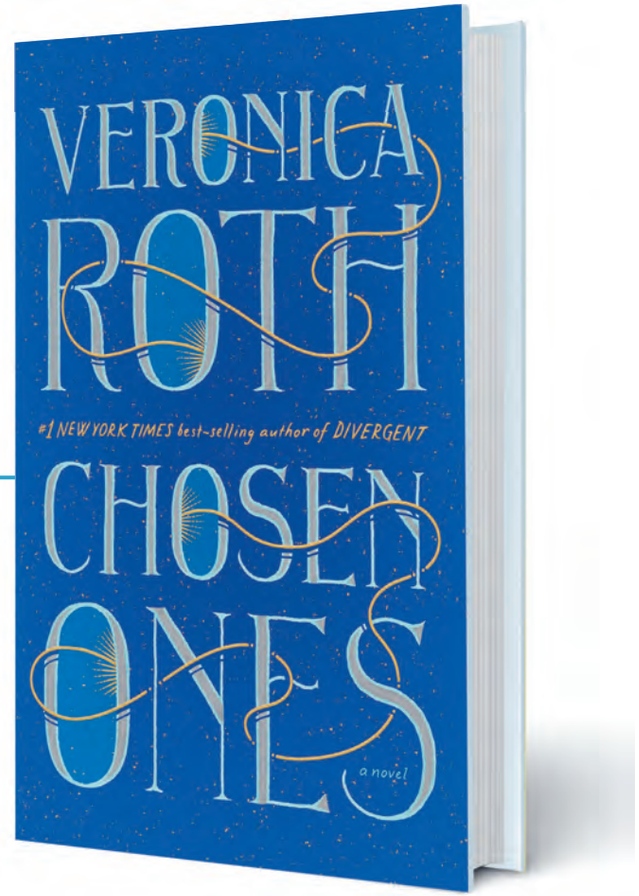
Esta frase la propuso Gabriel Delgado Ruiz Velasco, quien en este número nos compartió sus aventuras en la montaña más alta de África, en la página 110.

FEED

NUESTRA RELACIÓN CON EL MUNDO A TRAVÉS DEL ARTE Y CULTURA, DEPORTE, ESTILO, GASTRONOMÍA Y DESTINOS...

¿QUÉ PASA DESPUÉS DE SALVAR EL MUNDO?

En *Los elegidos*, de Veronica Roth, los protagonistas lidian con esta pregunta. Estos cinco héroes adolescentes —que salvaron la Tierra 10 años antes y se encuentran en el retiro— deben enfrentarse a los traumas del pasado mientras tratan de navegar el mundo actual. Si te gustó la trilogía de libros de *Divergente*, este libro es para ti.



REGRESA EL MASTER CHIEF

"*Halo Infinite* es el juego más ambicioso jamás creado. Tiene el nivel de calidad que los fans esperan". Así lo describe Chris Lee, responsable de 343 Industries, compañía que creó el legendario videojuego que regresa con una versión totalmente renovada 20 años después de la primera edición. La siguiente aventura épica de Master Chief, su protagonista, será estrenada en 2021, como parte de los primeros videojuegos que demostrarán la potencia de la nueva consola Xbox Series X que aparecerá en el mercado en noviembre de 2020.

INGREDIENTES A PRUEBA DEL TIEMPO

QUEREMOS COMIDA QUE RESISTA EL PASO DEL TIEMPO. LA VENTA DE COMIDA ENLATADA (PASTAS, ATÚN, FRIJOLES) SUBIÓ SUS VENTAS MÁS DE 150% EN MARZO Y, AUNQUE PARECE QUE PODREMOS SALIR A COMER EN UN FUTURO CERCANO, PREDICEN QUE NO DEJAREMOS DE COMPRAR ESTOS INGREDIENTES DURADEROS. LOS CONSUMIDORES ASEGURAN QUE MANTENDRÁN SUS ALACENAS LLENAS DE COMIDA CONGELADA Y ENLATADA, MIENTRAS QUE SUPERMERCADOS Y RESTAURANTES AUMENTARON SU OFERTA DE COMIDAS YA PREPARADAS A DOMICILIO. LAS PERSONAS COMERÁN MÁS EN CASA, SALDRÁN MENOS Y RECURRIRÁN AL CONFORT DE LAS LATAS PARA CALMAR LA ANSIEDAD (Y EL HAMBRE) DEL FUTURO CERCANO.

EN BÚSQUEDA DE LA UTOPÍA

Amazon Prime estrena una serie *ad hoc* a estos tiempos que nos mantendrá al borde del sofá: *Utopia*. Este *thriller* de conspiración es el *remake* de la serie británica de culto con un guion editado por Gillian Flynn—autora de *Gone Girl* y *Sharp Objects*—. La trama gira en torno a un grupo de fanáticos de la novela gráfica *Utopia*, aparentemente ficticia, que con mensajes ocultos parece predecir peligrosas pandemias y amenazas para la humanidad. Su obsesión con ella los lleva a descubrir que todo podría ser real. Cualquier parecido con la pandemia actual es mera coincidencia... o eso esperamos.

SALVAR EL AMOR

Salvar el fuego, del escritor y cineasta Guillermo Arriaga, es el libro mexicano del año. Esta novela ambientada en dos Méxicos diferentes narra una historia de violencia, donde el amor y la redención aún son posibles. A pesar de lo que podría parecer, el autor aclaró que no es una novela de narcos, sino la realidad que le ha tocado vivir. Ganó el premio Alfaguara 2020, y Arriaga se enteró a las tres de la mañana, en una llamada con mala señal.

FOTOS: CORTESÍA Y SHUTTERSTOCK

FEED

QUÉ NOS DEPARA

DE ACUERDO CON LA AGENCIA GLOBAL WUNDERMAN THOMPSON, ESTAS SON LAS CINCO TENDENCIAS QUE SE ACELERARON, APARECIERON O SE TRANSFORMARON A RAÍZ DE LA PANDEMIA Y EN LAS QUE EL CONFINAMIENTO NOS HIZO REFLEXIONAR, CAMBIAR NUESTRAS PRIORIDADES Y REFORZAR NUESTROS VALORES.

1 EL INTERNET DE LOS CUERPOS

Es conocido como IoB (*Internet of Bodies* en inglés) y se refiere a la red de cuerpos humanos y datos que se conectan a través de sensores. La tecnología puede ser implantada, anexada o ingerida con el fin de monitorear, analizar o hasta modificar el cuerpo humano, todo a través de un *smart watch* que mide el ritmo cardiaco o un sensor que vigila los cambios en tu estómago. Durante su proceso, genera una enorme cantidad de datos biométricos y del comportamiento humano, al grado que el principal reto será la protección de la privacidad.

2 LOS SÚPER CREATIVOS

La creatividad se disparó durante el confinamiento. El arsenal de herramientas tecnológicas que encontramos, desde TikTok hasta Zoom, nos mantuvo unidos a la distancia, pero también fueron las plataformas ideales para escapes creativos. En menos de un año reinventamos cómo consumimos música, arte, fotografía, conciertos, teatro... básicamente todo el entretenimiento que permite el mundo digital.

FOTOS: CORTESÍA Y SHUTTERSTOCK

3 VIAJES VIRTUALES

"¿Por qué viajamos?". Esta pregunta que surgió en el confinamiento está transformando la industria del turismo. Para Philippe Brown, de la agencia de viajes Brown and Hudson, la razón tiene que ver más con la emoción que con el destino. Ante un futuro incierto, la experiencia de los viajes virtuales es el nuevo camino. Las compañías no tuvieron más opciones que traducir los viajes a experiencias en línea. Airbnb lanzó en abril Experiencias *Online*: "viajes" vía Zoom, en los que puedes meditar con monjes budistas en Japón, visitar a los perros de Chernóbil o cocinar con una familia en Marruecos; el videojuego *Animal Crossing* se convirtió en un espacio para viajar con tus amigos sin salir de casa; los museos y zoológicos abrieron tours virtuales y transmisiones de 24 horas. Así, el concepto del viaje dejó de ser exclusivo del terreno físico... aunque aceptémoslo: extrañamos muchísimo viajar.

OPTIMISTAS, ANTE TODO

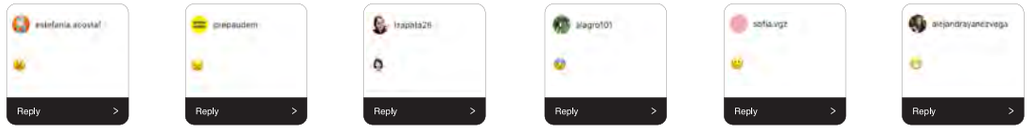
4

LA BÚSQUEDA DE "BUENAS NOTICIAS" EN GOOGLE ALCANZÓ UN NUEVO PICO EN ABRIL DE 2020 Y ROMPIÓ TODOS LOS RÉCORDS DEL ÚLTIMO LUSTRO. EL OPTIMISMO FUE EL PARTEAGUAS DE NUEVOS MEDIOS Y CANALES POR SU DEDICACIÓN DE CONTAR, CASI EN EXCLUSIVA, HISTORIAS OPTIMISTAS Y ALENTADORAS. EN UN MUNDO INMERSO EN EL CAOS Y LA CRISIS SANITARIA, PUBLICACIONES BAJO ESTA NARRATIVA FUERON LAS MÁS VISTAS EN *THE GUARDIAN* O *THE TELEGRAPH;* EL ACTOR JOHN KRASINSKI LANZÓ EN MAYO SU CANAL DE YOUTUBE SOME GOOD NEWS Y RECIBIÓ 17 MILLONES DE *VIEWS* EN SU ESTRENO; MARCAS COMO NIKE LANZARON SÚPER CAMPAÑAS CON MENSAJES COMO "HOY MÁS QUE NUNCA SOMOS EQUIPO". AHORA, LA NUEVA PRIORIDAD DE LOS MEDIOS, MARCAS Y DE LOS CONSUMIDORES SERÁ MANTENER ESE OPTIMISMO A FLOTE.

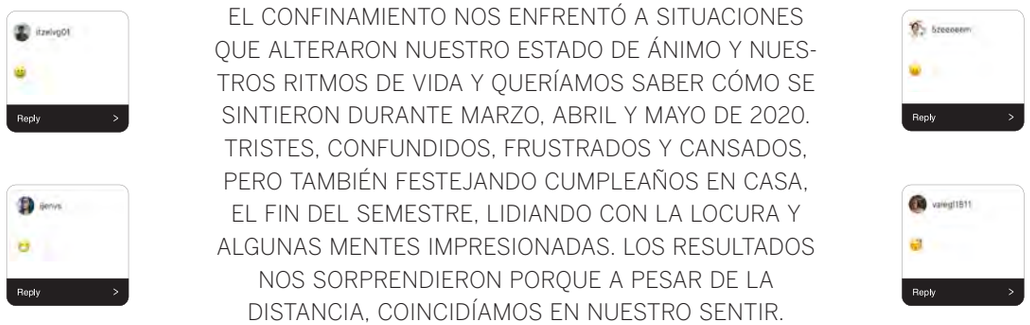
SIN CONTACTO 5

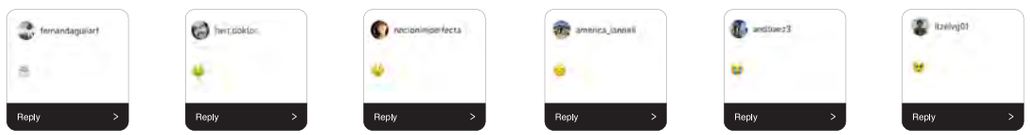
Códigos QR, PayPal, Venmo y sistemas biométricos reemplazan los billetes, las firmas y los PINs. Tan solo en China, desde antes del Coronavirus, más del 80% de los usuarios de celulares ya usaban apps para pagar desde comida hasta un taxi. Y con la amenaza del Coronavirus, el beneficio de esta tecnología de no tocar superficies "públicas" aceleró las formas de pago digitales. Richard Crone, CEO de Crone Consulting, predijo que habrá un aumento del 10 al 20% de pagos sin contacto en tiendas y cajeros automáticos; Walmart, por su lado, instaló cajeros de autoservicio en los que, con un escáner y un código QR, realizas tus compras. La preocupación de tocar superficies hará que compañías y países que se resisten al cambio lo adopten y nos quiten la pesadumbre de cargar con efectivo o ir a un cajero automático.

EXPERIMENTO



LES PREGUNTAMOS Y NOS RESPONDIERON EN **EMOJIS**. EL CONFINAMIENTO NOS ENFRENTÓ A SITUACIONES QUE ALTERARON NUESTRO ESTADO DE ÁNIMO Y NUESTROS RITMOS DE VIDA Y QUERÍAMOS SABER CÓMO SE SINTIERON DURANTE MARZO, ABRIL Y MAYO DE 2020. TRISTES, CONFUNDIDOS, FRUSTRADOS Y CANSADOS, PERO TAMBIÉN FESTEJANDO CUMPLEAÑOS EN CASA, EL FIN DEL SEMESTRE, LIDIANDO CON LA LOCURA Y ALGUNAS MENTES IMPRESIONADAS. LOS RESULTADOS NOS SORPRENDIERON PORQUE A PESAR DE LA DISTANCIA, COINCIDÍAMOS EN NUESTRO SENTIR.





MARZO

Cuando comenzamos a quedarnos en casa, nos pusimos 😀, pasamos de 😂 a 😔 y por supuesto a 🤔.

ABRIL

Un mes después, teníamos sentimientos encontrados. En un solo día, pasábamos por momentos de 😀, veíamos noticias que nos tenían 😲 y 😱 mientras combatíamos el 😴, estábamos 😤 y a la vez con una 🙃 constante.

MAYO

Llegó mayo y aunque ya estábamos 🙄, 😩 y 😭, cambiamos la cara a modo 🥳 porque también llegaron los cumpleaños en casa (con sana distancia) y el final del semestre.

CONVOCATORIA

¡Que nuestros celulares hablen por nosotros! Usa el 'autocorrector' en WhatsApp para armar tres oraciones. En la primera utiliza solamente las palabras que aparecen en medio. En la segunda, empieza con "En la UDEM..." y alterna con palabras en las tres opciones. Y en la tercera arma una oración utilizando la mejor de las palabras que te dé tu celular. Mándanos la más chistosa, la que tenga menos sentido o la que cuente una historia inesperada a nuestras redes en un mensaje (@360udem en Instagram y Twitter). ¡Espera ver tu oración ilustrada en la siguiente edición!

Hay cosas que
no se aprenden
en la universidad,
pero sí se aprenden
en la UDEM

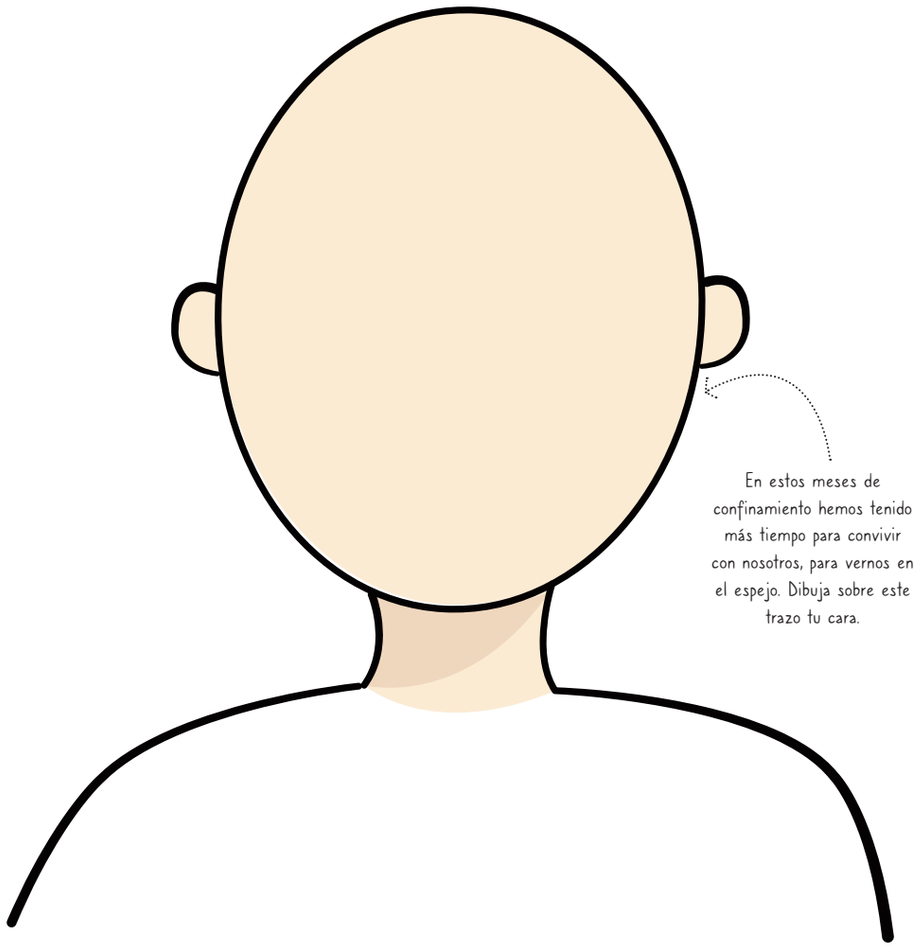
CARRERAS UDEM

udem.edu.mx

UDEM INSPIRANDO TU MEJOR VERSIÓN

FILL IN THE BLANK

360°
UDEM



En estos meses de confinamiento hemos tenido más tiempo para convivir con nosotros, para vernos en el espejo. Dibuja sobre este trazo tu cara.

¡Dibuja tu cara!

COMPARTE
TU DIBUJO
@360udem

www.360udem.mx

Breakfast to Bed (mayo de 2019). Trabajo de **María Fernanda Cavazos Salazar** (LDTM), bajo la asesoría de Gabriela María Guajardo Calles, para el proyecto Fotografía inspirada en arte, de la materia Fotografía de Objeto Profesional. Esta pieza está inspirada en *Bodegón oval, naturaleza muerta con peras* (1925), de María Blanchard.

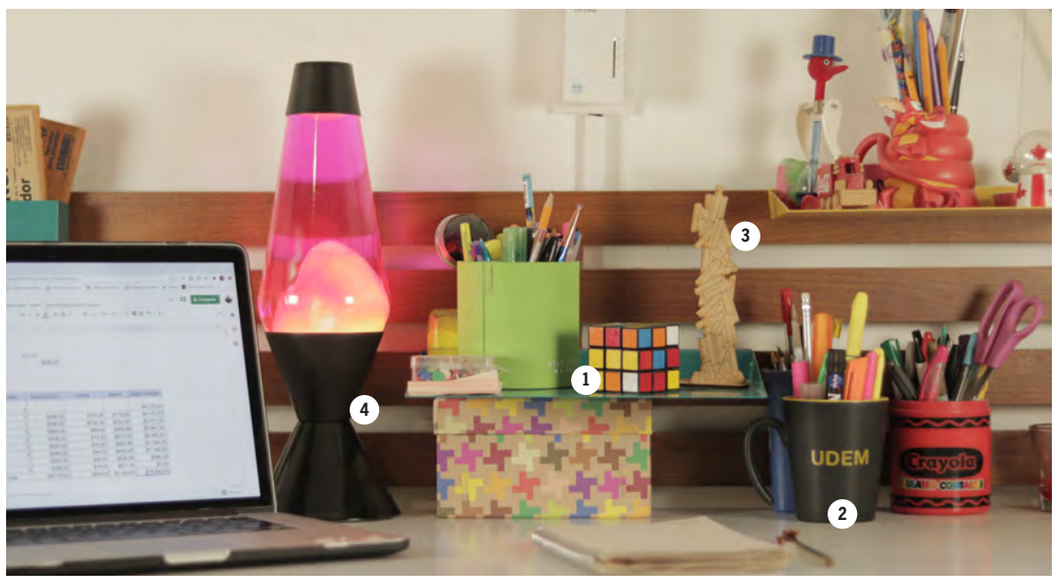
~~BACKPACK~~ DESK

En este **No. 03** no pudimos ser fieles a nuestra sección de BACKPACK porque **#QuédateEnCasa**... pero no queríamos quedarnos con las ganas de conocer su vida a través de sus objetos. El escritorio fue el espacio para el *home schooling* y para enfrentarnos a estos nuevos retos. En estos semestres atípicos, *DESK is the new backpack*.

MARIANA ALEJANDRA GARCÍA VILLARREAL

ESTUDIA 3.ER SEMESTRE DE LICENCIADO EN MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

Mariana estaba de intercambio académico en Bélgica cuando la pandemia azotó Europa. A pesar de un triste e inesperado regreso, y tomar clases en línea por la madrugada, esta alumna de 21 años no se frustró ante el cambio y disfruta mucho el tiempo en casa —aunque extraña cada día más los chilaquiles de Rectoría.



1. CUBO DE RUBIK
Es de mi novio. Solucionarlo me desestresa —o al menos intentarlo— y por eso me gusta tenerlo cerca de mi espacio de trabajo.

2. TAZA UDEM
Una taza común pero muy especial. Me la regaló mi Director de Programa Académico (DPA) cuando fui presidenta de la sociedad de alumnos de mi carrera.

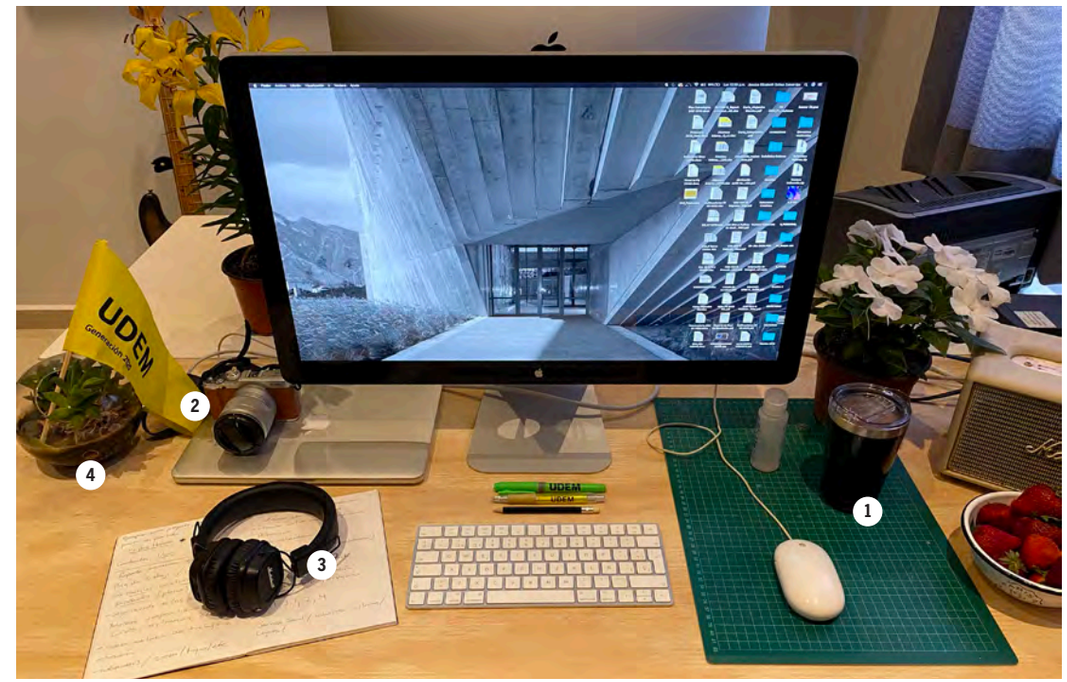
3. ENTROPÍA
Me encantan las cosas de la UDEM, me hacen sentir que estoy cerca del campus. Este es especial por que es un premio que obtuvimos como equipo en los premios PLUS, organizados por la FEUDEM.

4. LÁMPARA DE LAVA
¡Siempre me han encantado! Me tranquiliza mucho observarla; visualmente son muy atractivas, levantan mucho un espacio.

JESSICA OCHOA ZAMARRIPA

DIRECTORA DE LA ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO

A Jessica, como a todos, el confinamiento le llegó de golpe. Los primeros días dormía poco y extrañaba ir a la UDEM, ver a sus colegas y alumnos en el campus, sentir la pasión por sus proyectos. Ya con varios meses en casa recorridos, se siente cómoda y productiva con las clases a distancia, disfruta a sus mascotas y se enamoró de la cocina —pero no tanto de hacer ejercicio en su sala.



1. TERMO PARA CAFÉ
Esencial para iniciar el día, lleno de rico café caliente.

2. CÁMARA
Fiel compañera. Va conmigo a los viajes y a los mejores eventos.

3. AUDÍFONOS
Soy melómana y para trabajar tengo las mejores *playlists*. Ayudan a relajarme y a concentrarme.

4. SUCULENTA
Es un regalo que me dieron hace cuatro años un excelente grupo de alumnas. Es una gran compañera.

MOOD BOARDS

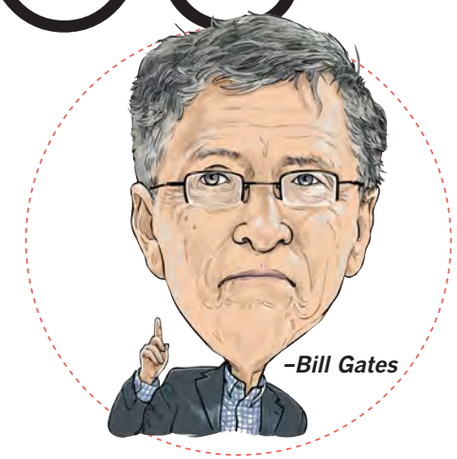
PARAÍSO LOCAL

Disfrutemos de las bellezas que nuestro país tiene cuando podamos salir de nuevo. Encontremos los rincones, los sabores y los paisajes que nos recarguen de energía y cedamos al placer de solo estar.

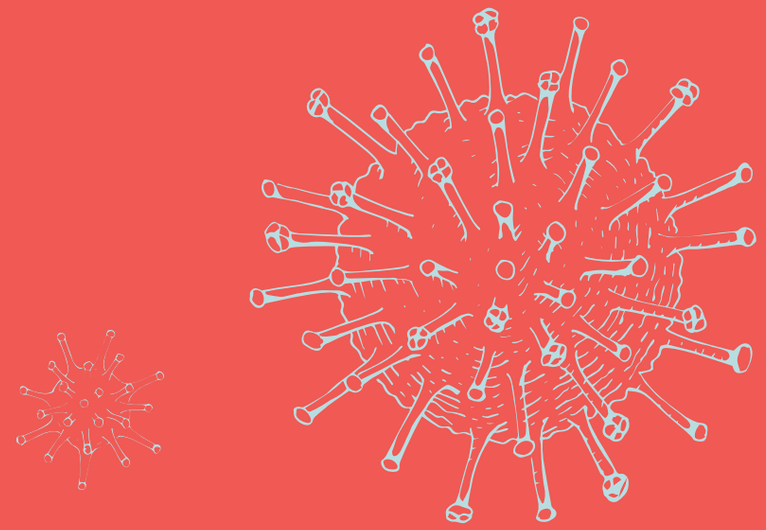
FOTOS: SHUTTERSTOCK

“¿LA PRÓXIMA EPIDEMIA?

NO ESTAMOS LISTOS”



Y no, definitivamente no lo estábamos. **Esto dijo Bill Gates en una TED Talk de 2015**, en la cual afirmó que los virus son el mayor riesgo de catástrofe global en comparación con otras amenazas para la humanidad: “Si algo mata a más de 10 millones de personas en las próximas décadas, lo más probable es que sea un virus altamente infeccioso en lugar de una guerra. No misiles, sino microbios”.



BIENVENIDO A NUESTRO **ESPECIAL 360º UDEM DEL CORONAVIRUS**: UN RECORRIDO POR EL IMPACTO ECONÓMICO Y SANITARIO; LOS CUBREBOCAS Y LAS MEDIDAS DE PREVENCIÓN; LAS RESPONSABILIDADES, LAS FIESTAS Y LOS VIAJES; ZOOM, GOOGLE MEET Y MICROSOFT TEAMS; LAS GRADUACIONES VIRTUALES Y LA RESILIENCIA; CÓMO LA COMUNIDAD UDEM LO VIVIÓ Y LO QUE SIGNIFICÓ PARA LA HUMANIDAD EL GRAN CONFINAMIENTO.

ÍNDICE:

24 | NUMERALIA: LA VIRALIDAD DEL COVID-19

26 | EL GRAN CONFINAMIENTO

34 | EL NUEVO ROSTRO

40 | ¿CÓMO VIVIMOS EL GRAN CONFINAMIENTO?

44 | *SEE YOU ZOOM!*

50 | REDES SOCIALES EN TIEMPOS DE PANDEMIA

56 | CORONAVIRUS, CAMPUS Y PROTECCIÓN: LO QUE SIGUE

62 | PREPA *ONLINE* - UNIVERSIDAD *ONLINE*

66 | GRAFFITI

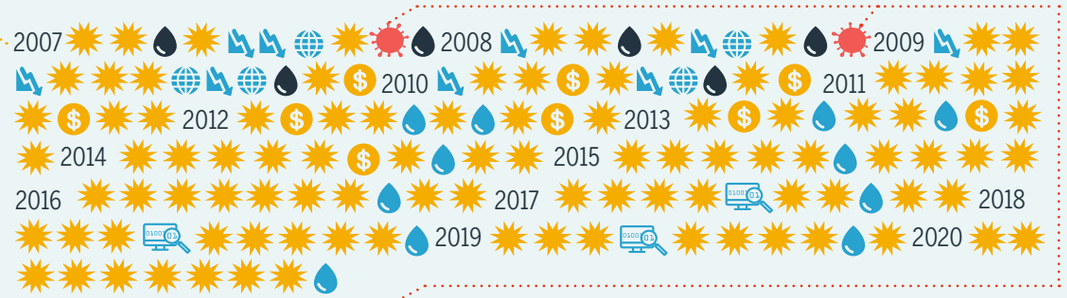
NUMERALIA

LA VIRALIDAD DEL COVID-19

A siete meses de la pandemia que nadie pudo predecir, te contamos una (puntual) historia de este virus a través de los datos que nos dejaron con los ojos saltones.

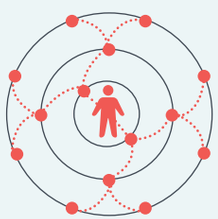
POR: NURIA BALLESTEROS

140 amenazas incluye la lista anual del World Economic Forum sobre los mayores riesgos globales para el planeta desde su lanzamiento en 2007. Son problemas sociales, políticos, de salud y económicos y las que más se repiten son el fraude de datos, las crisis económicas, la desglobalización, las subidas del precio del petróleo, el colapso o inflación de bienes raíces y la crisis de agua.

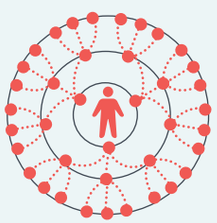


2 veces apareció una pandemia como una amenaza en la misma lista, a pesar de tener epidemias de otros tipos de Coronavirus (sí, hay muchos) en 2002 y 2012.

De 1.5 a 5.7 Es el promedio estimado del valor de **R0** del COVID-19. **El R0 es el número promedio de personas infectadas por una persona que porta el virus en una sociedad sin inmunidad o intervención.**

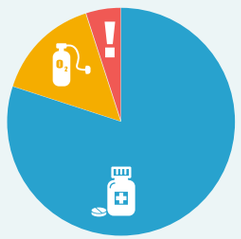


Con R0=2, una persona promedio infectada contagia a dos más. **Para la tercera fase de contagio, 15 personas están infectadas.**



Con R0=3, una persona promedio infectada contagia a tres más. **Para la tercera fase de contagio, 40 personas están infectadas.**

Con R0=6, una persona promedio infectada contagia a seis más. **Para la tercera fase de contagio, 259 personas están infectadas.**



De las personas contagiadas:

80% Son asintomáticos o tienen síntomas ligeros.

15% Son infecciones graves que requieren oxígeno.

5% Son infecciones críticas que requieren un ventilador.

1,192 promedio global diario de muertes por malaria.

1,269 promedio global diario de muertes por asesinatos.

2,110 promedio global diario de muertes por SIDA.

3,700 promedio global diario de muertes por accidentes automovilísticos.

6,222 promedio global diario de fallecimientos por COVID-19 en abril 2020, **el momento más crítico del año a nivel internacional.**

4,822 promedio global diario de muertes por cáncer de pulmón.

4,110 promedio global diario de muertes por tuberculosis.

Pruebas realizadas
7,546,413

Casos confirmados
31,715,430
700,580

Casos graves
62,043
2,568

Fallecimientos
973,629
73,697

Casos activos
7,546,413
123,901

Personas que se han recuperado
23,053,841
502,982

Vacunas en desarrollo
173

FUENTES: *DELAYED GRATIFICATION* Y nicovx2019.live (LOS DATOS SIGUEN EVOLUCIONANDO, LA INFORMACIÓN DE ESTA NOTA CONSIDERA HASTA EL 22 DE SEPTIEMBRE DE 2020)

EL GRAN CONFINAMIENTO

Pensamos que estaríamos un mes en casa y aquí seguimos. Dudas, miedos, ansiedades, noticias falsas, muchos "Zoompleaños", memes en WhatsApp, gimnasio en la sala, clases *online* y el típico "¿me escuchan?"... y hasta regañar a una amiga por irresponsable. ¿Qué hemos aprendido y qué nos falta? En nuestro *feature*, el autor hace un puntual diagnóstico de los siete meses más extraños de nuestras vidas.

POR: SHADY MOHAMED REINOSO
ESTUDIA 9.° SEMESTRE DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

¿Recuerdan los memes sobre lo eterno que era 2019? No sabíamos lo que nos esperaba. En los gritos y las uvas de año nuevo, pensé que 2020 sería mi año, con sus 366 días y su atractivo número par. Mis hermanos y yo nacimos en un día 20 (enero, julio y noviembre) y, a pesar de los terribles fuegos en Australia y las riñas diplobélicas entre Trump e Irán, que prácticamente nos dieron la bienvenida al año más raro, duro y "wey, ya" de nuestras vidas, pensábamos, pedíamos: ¡que sea nuestro año!

Y un día, noticias de Wuhan. Luego, de toda China. Algunas personas (miles, ahora lo sabemos) se aquejaron por un bicho nuevo y raro en Europa, Estados Unidos, Corea del Sur y Japón. En México, el primer afectado por ese Coronavirus —un nombre inolvidable— fue detectado el 27 de febrero (en Nuevo León, el primer caso fue confirmado dos semanas después). La Universidad de Washington tomó medidas drásticas y controvertidas, pero a tiempo: el 6 de marzo les anunció a sus 57 mil alumnos que cancelaba las clases presenciales. Le siguieron Stanford, Harvard, la Universidad de Míchigan...

Si queremos darle una fecha en el calendario al "día del Coronavirus", tendría que ser el 11 de marzo de 2020: ese día, por la noche, Donald Trump salió a anunciar que cancelaba todos los vuelos de Europa a Estados Unidos por 30 días. Además, Wall Street tuvo en esa semana su peor caída desde la crisis de 1929, y unas cuantas horas después, llegó el inevitable correo: la UDEM informaba que las clases serían en formato *online* y no volverían las clases presenciales hasta nuevo aviso. Ese "nuevo aviso" aún no ha llegado y ya pasaron siete meses.

A nivel mundial, ya (casi) llegamos al millón de fallecimientos (México ocupa el nada honroso cuarto lugar), decenas de millones perdieron sus trabajos (y muchos más sufrieron recortes a sus salarios), industrias enteras (turismo, eventos, restaurantes) se desplomaron, todos los estudiantes de todo el mundo, a sus casas. El COVID-19 y el impacto económico noqueó a personas en todo el mundo, de todas las edades. La principal instrucción (y que nos llegó por todos lados) fue quedarnos en casa; tener clases, juntas y hasta cumpleaños por Zoom (pág. 44); cuidarnos y usar cubrebocas (pág.34); informarnos sobre las medidas sanitarias y el impacto de este virus en el mundo (pág. 24 y 56); ser conscientes de nuestras acciones y no hacer reuniones o salir de viaje (pág. 50); compartir nuestras experien- ▷

"NADIE ESTÁ ENTRENADO PARA UNA PANDEMIA",

RAMÓN JUÁREZ, PROFESOR EN
EL INSTITUTO INTEGRAL DE TANATOLOGÍA

cias, miedos y descubrimientos (pág. 40), y por todo, y a pesar de todo, graduarnos (pág. 62).

Desde el principio del #QuédateEnCasa hablamos de un gran confinamiento, pero técnicamente no lo es. Un confinamiento consiste en obligar a alguien a vivir temporalmente, en libertad, en un lugar distinto al suyo. En sí, no vivimos uno per se, pero ¿cuántas personas realmente son "libres" en sus casas? ¿Cuál es nuestro verdadero lugar? Para unos, claro, es su hogar; para otros, la universidad o un club deportivo; para tantos más, el convivir todos los días. Tenemos ganas de explorar, pero no se nos permite; queremos platicar, ir, convivir, salir, pero no nos dejan. Y, si lo hacemos, nos sentimos culpables por romper una regla impuesta desde aquel 11 de marzo de 2020.

PENSAR, NO SENTIR

Al principio del confinamiento, no teníamos tiempo para reflexionar, solo para sentir. Entre tantos cambios y nuevas responsabilidades, noticias drásticas (¡a nivel global, nacional, local y personal!), no podíamos sentarnos a analizar y ponderar, de entrada, qué debíamos hacer. En una entrevista en abril, la intelectual neoyorquina Fran Lebowitz le dijo a *The New Yorker* que, si pudiera, acudiría a su entrañable amiga, la escritora y Nobel Toni Morrisson —falleció en 2019— y le preguntaría: "¿Cómo debo pensar esto, Toni? Y me refiero a pensar, no a "¿Qué debo sentir?"

En la misma línea sobre el pensar y el sentir, Byung-Chul Han advierte en *La sociedad del cansancio* (2010) que estamos ante un reto de extrema positividad y que debemos ver el mundo de la forma más alegre posible. Su conclusión es que esa actitud es agotadora (y estoy de acuerdo). Trabajamos más que nuestras capacidades y con tanta actividad (social, laboral, familiar, digital, series, películas, música, Instagram, TikTok), el ocio y el aburrimiento dejaron de existir. Y sin ocio no hay pensamiento. Al principio, en pleno caos informativo (clases *online*, muertes en España, gente cantando en los balcones de Nápoles), nuestra vida era un manojo de nervios, angustias y horas y horas (y más horas) muertas en casa.

"¿Cómo debo pensar esto, Toni?" No podíamos. Nos distraían las conferencias de las 7 PM con el subsecretario Hugo López-Gatell, sus frases que se convertían en memes y Susana Distancia; nos concentrábamos en tratar de analizar el brutal asesinato de George Floyd a manos de un policía —y sus inmediatas protestas en Estados Unidos y todo el mundo—; los videos y videos (y más videos) de qué es el Coronavirus y por qué surgió en Wuhan, si se desató porque alguien comió una sopa de murciélago o si los causantes fueron los inofensivos pangolines.

Además, las responsabilidades que migraron de presenciales a digitales se volvieron rápidamente tediosas. La adecuación en línea nos afectó como estudiantes al tener que incrementar nuestro rendimiento y cumplir con la carga excesiva —sí, excesiva— de tareas, ensayos, proyectos. Y todo mientras WhatsApp y las apps de videollamadas se convertían en las salas de nuestras casas y los pasillos de la UDEM.

RUMBO A CANCÚN, SIN MIEDO AL COVID-19

Seguramente a todos nos pasó en algún grupo de WhatsApp: uno de nuestros amigos envió el controversial mensaje unos días antes de Semana Santa: "Me

voy de vacaciones". Los comentarios que le llovieron seguro fueron "No seas irresponsable", "¿Acaso eres inconsciente?", "Esta no es chamba de uno, es de todos", y una variedad diversa de protestas como indignación por ese atrevimiento. Al final de cuentas, en las playas de Cancún uno olvida todo, hasta una pandemia... pero toda acción tiene consecuencias.

En una encuesta que realicé por Google Forms a la comunidad UDEM durante este verano, siete de cada 10 udemitas dijeron que la cuarentena es una combinación entre una actividad grupal e individual, 28% dijo que era algo estrictamente colectivo y el 5% argumentó que solo se basaba en acciones individuales. Arturo Ballí, estudiante de Finanzas Internacionales, es de ese 5%: "Si como individuo acato las órdenes establecidas para sobrellevar la pandemia, habrá repercusiones a nivel colectivo... pero no necesariamente es por lo colectivo: es porque nos cuidamos a nosotros mismos y eso escala a otro nivel". Sin embargo, la gente sale, hace fiestas, se sube a aviones. ¿Por qué les cuesta tanto cumplir un confinamiento? Por supuesto hay personas que, por la naturaleza de su trabajo o por sus condiciones económicas, no pueden quedarse en casa o hacer *home office*, pero ¿los demás? ¿Es tan difícil?

"Nadie está entrenado para una pandemia", argumentó en entrevista Ramón Juárez, profesor en el Instituto Integral de Tanatología. "Si bien estamos en la misma situación, aunque en diferentes barcos, debemos entender que todos estamos en un duelo". Por su parte, Guadalupe Castillo, psicóloga por la UDEM, agregó un factor importante: la ansiedad. Entre clases de yoga a distancia, videos de *workout* en YouTube y amigas que se juntan por Google Meet para hacer *burpees* y abdominales, la mayoría de las personas se concentra en hablar de la salud física, mas no de ▷

la mental. Es innegable lo que es visible a miles de kilómetros: nos falta energía.

En una columna como invitado en *The New York Times*, Jerry Seinfeld fue más duro: "[Pensamos que] haremos todo de manera remota. Adivinen qué: todo el mundo odia hacer esto. Todos. Lo. Odiamos. ¿Saben por qué? No hay energía. La energía, la actitud y la personalidad no pueden ser 'remotas', ni siquiera a través de las mejores líneas de fibra óptica". Mejor dicho, imposible.

CANSADOS... Y LÍQUIDOS

En un mundo híper conectado, ¿se puede dejar de fingir alegría enérgica para mostrar las verdaderas emociones? Zygmunt Bauman dice que no, al afirmar que las estructuras sólidas que regían la rutina ya no son fijas, sino que son variantes y líquidas (y más en 2020). Todo puede cambiar de la noche a la mañana, ¡y así fue! ¿Recuerdan a Trump el 11 de marzo?

Debido a nuestros *smartphones* y computadoras, los horarios de trabajo (y estudio) se volvieron agua. Recibimos por correo tareas a cualquier hora, llamadas de trabajo a las nueve de la noche, nos piden disponibilidad las 24 horas, tenemos que estar para la escuela, para las amigas, para los primos. ¿Lo peor? No te puedes desconectar, porque si lo haces "dejas de existir", como lo argumentó Alba Mora Roca, productora ejecutiva de AJ+Español, en una conferencia en la UDEM en 2018.

En esta pandemia estamos sobreviviendo y esta batalla sin descanso nos drena. Mara Castro, estudiante de la licenciatura en Ciencias de la Información y Comunicación, comentó que fue todo un reto mantener su cordura y recurrió a los consejos de Bauman: tuvo que calendarizar y definir horarios para darse tiempo de disfrutar actividades lúdicas y no solo trabajo. Por su parte, Guadalupe Castillo retomó el arte como terapia, y decenas más exploraron a su modo el desconocido mundo de la resistencia para mantener su estabilidad mental. Y todo porque nadie habla de ello o de la ansiedad que provoca esta pandemia y su respectivo "covidamiento".

BATTLE ROYALE: LUCHA POR LA VERDAD Y LA PROPAGACIÓN DE *FAKE NEWS*

A todo esto, tenemos que sumar un ingrediente inflamable. Las redes sociales se volvieron, de marzo para acá, un campo minado. Al estar sin "nada" que hacer, nuestro único momento de interacción con otras personas fue en estas plataformas digitales (Twitter, Facebook, Instagram, grupos de WhatsApp, TikTok), junto con Zoom y otras apps. Las redes nos mantuvieron conectados todo este tiempo, pero ¿desde dónde hablamos? Beatriz "Tichy" Inzunza Acedo, profesora investigadora del área de Ciencias de la Información y Comunicación de la UDEM, comentó en entrevista que todos nos comunicamos desde el corazón y no del cerebro, de la razón. "Todos estamos con la espada desenvainada a una postura absoluta", agregó. En plena actividad campal debido al Coronavirus, con varios bandos formándose, alianzas entre grupos radicales, adicción digital y *doomscrolling*, las *FAKE NEWS* (claro, en mayúsculas) cumplieron su cometido: atraparnos.

En esta cuarentena hemos visto de todo: los delfines llegaron a los canales de Venecia, Bill Gates creó

ES INNEGABLE LO QUE ES VISIBLE A MILES DE KILÓMETROS: NOS FALTA ENERGÍA.

RECIBIMOS POR CORREO TAREAS A CUALQUIER HORA, LLAMADAS DE TRABAJO A LAS NUEVE DE LA NOCHE, NOS PIDEN DISPONIBILIDAD LAS 24 HORAS, TENEMOS QUE ESTAR PARA LA ESCUELA, PARA LAS AMIGAS, PARA LOS PRIMOS.

"ES DIFÍCIL MANTENER LA ATENCIÓN DE LOS ALUMNOS DURANTE TANTO TIEMPO FRENTE A UNA PANTALLA"

"TICHY" INZUNZA

el virus para controlarnos por medio del 5G y descubrieron que el dióxido de cloruro cura el COVID-19... pero las farmacéuticas no quieren que lo sepas. Estas son de las noticias falsas más populares que se propagaron en estos meses —la primera era Photoshop (lamentablemente); las otras dos, teorías de la conspiración—. Pero hay una que no deja de impresionarme: en marzo empezó a circular por WhatsApp la "noticia" de que la hidroxicloroquina, según la Administración de Medicamentos y Alimentos (FDA) de Estados Unidos, funcionaba como remedio contra el COVID-19 (para colmo, Trump afirmó que la usaba como medida preventiva). En pocas horas, tanto en Estados Unidos como en México, se agotó este medicamento, de fácil compra en cualquier farmacia. El problema radica en que es una medicina que se utiliza para el tratamiento de lupus y los pacientes que presentan esta enfermedad reumatológica se quedaron sin dosis de la noche a la mañana. Claro, hubo tuits, *posts* y demás mensajes digitales con mucho enojo. Es un ejemplo idóneo de cómo reaccionamos como sociedad global ante el pánico "covidesco".

"¿ME VEN?", "¿SE ESCUCHA?", "¡ME SACÓ LA APLICACIÓN!": EDUCACIÓN A DISTANCIA

La pandemia y el confinamiento fue un reto para todos: estudiantes —tanto los que vivimos en Monterrey como los que son de otro estado—, maestros, padres de familia. Francisco "Pacote" Saavedra, maestro del área de humanidades en la Preparatoria Politécnica de Santa Catarina, comentó que muchos de sus alumnos no tenían las herramientas de estudio apropiadas en casa (computadoras con el *software* compatible), ni los espacios óptimos para el mismo; Tania Tavira, maestra en el Instituto Mater, dijo que varios de sus estudiantes tuvieron que buscar trabajo porque sus papás perdieron el suyo debido a la pandemia. Y en infinidad de ocasiones, las modalidades de clases por tres horas continuas frente a la computadora hacían que los alumnos se desconectaran y ya no pusiesen atención.

"MIS CLASES TIENEN QUE SER MÁS DINÁMICAS PARA QUE LOS ESTUDIANTES PUEDAN APRENDER".

"PACOTE" SAAVEDRA

"Dar clase es como una obra de teatro: te paras en el escenario frente a los estudiantes y te cargas de energía", comentó José Luis Berlanga, profesor de la Escuela de Ciencias Sociales en la UDEM. "Es difícil mantener la atención de los alumnos durante tanto tiempo frente a una pantalla", agregó "Tichy" Inzunza. "Mis clases tienen que ser más dinámicas para que los estudiantes puedan aprender", enfatizó "Pacote" Saavedra. "Batallé para adaptarme a la digitalización y tuve que pedir ayuda a mis alumnos para que me explicasen cómo funciona", dijo Armando Arias Hernández, profesor del área de Negocios y Humanidades en la UDEM.

Para los estudiantes fue muy similar: en la encuesta que realicé, cinco de cada 10 udemitas admiten que la adaptación no fue fácil, y siete de cada 10 tuvieron ataques de ansiedad por no saber qué hacer, no poder resolver dudas, no estar en clases

ESTÁ BIEN SENTIRSE MAL. ESTÁ BIEN NO ESTAR FELICES UN DÍA.

presenciales o recibir apoyo. Fue ahí cuando nos dimos cuenta de la necesidad inextinguible de un abrazo, de una risa entre compañeros de clase.

Lo repito: nadie estaba entrenado para esta cuarentena. La pandemia nos "regaló" espacios que no teníamos antes para analizar lo valioso y esencial de las cosas, para buscar las cosas que nos nutren como personas, para enfrentar el duelo, la saturación, para evitar las batallas sin sentido. Al principio (marzo, abril, mayo) no sabíamos qué hacer, ni qué pensar... pero a la mitad del camino (junio, julio, agosto) agarramos fuerza y el verano que vive en nosotros opacó el invierno que nos rodeaba.

Está bien sentirse mal. Está bien no estar felices un día. Mejor hagamos lo que dice Byung: no hay que ser positivo todo el tiempo y aburrámonos. Busquemos lo que quiere Bauman: definir horarios, no ser líquidos. Según el historiador Yuval Noah Harari en su artículo de marzo "The World After Coronavirus" en el *Financial Times*, estamos en una crisis sin precedentes y las decisiones que se toman influyen en la salud, la economía, la política, la cultura y la convivencia social. Y solo hay dos vías de acción: una es una vigilancia totalitaria que provocará un nacionalismo tóxico —pero esa no me interesa siquiera discutirla en este espacio, no vale la pena—. La otra es una solidaridad global que empodere a mejorar. En esa nos debemos concentrar, a esa debemos aspirar. Es nuestro reto. Lo digo con la autoridad que me otorgan siete meses de confinamiento, con sus días malos, pero también con sus días buenos, buenísimos.

Algún día nos volveremos a ver. Aunque al principio seamos renuentes a abrazarnos, sé que, en algún momento, lo haremos sin miedo. Espero ese momento con gusto, con todos ustedes. ○

EL NUEVO ROSTRO

EL CUBREBOCAS SE CONVIRTIÓ EN UN SÍMBOLO DE NUESTROS TIEMPOS Y REFORZÓ UNA NUEVA IDENTIDAD: ROSTROS LIMITADOS A LOS OJOS, CON LA NARIZ Y BOCA ESCONDIDAS TRAS UN RECTÁNGULO DE TELA. UN MANIFIESTO DE PROTECCIÓN, IDENTIDAD Y SOLIDARIDAD CON EL VECINO.

POR: NURIA BALLESTEROS

ARTE: GRETEL JOFFROY

En marzo nos obligaron a agregar una nueva prenda a nuestro clóset. Como parte de los cambios por la pandemia del COVID-19, el cubrebocas se convirtió en parte esencial del *look* de cualquier persona que transita las calles en todo el mundo (literalmente). Su historia como parte del guardarropa cotidiano no es reciente ni tiene un pasado exclusivamente médico.

Desde su creación en la década de 1890, los cubrebocas han representado protección y seguridad, pero también protestas contra la contaminación o situaciones políticas; símbolo de solidaridad con la salud del prójimo e, incluso, una tendencia de moda a nivel mundial, comunicando distintos mensajes de acuerdo con el contexto. Off-White, Palm Angels, Fendi y otras marcas de moda lo convirtieron en objeto de deseo, aprovechando la oportunidad, con diseños que apuestan por creatividad e identidad.

DE LOS DOCTORES DECIMONÓNICOS A BILLIE EILISH

A finales del siglo XIX, cuando empezaron a implementarse, los doctores utilizaban cubrebocas en las cirugías para protegerse de las bacterias en el aire. Años después apareció la fiebre española y el SARS y, como ahora, la población en zonas de riesgo tuvo que usarlos por un tiempo. China fue el único país que desde el fin de la Primera Guerra Mundial los siguió utilizando en la vida cotidiana, símbolo de conciencia civil y cuidado a la comunidad de estornudos ajenos. Desde 2002, con el SARS de forma paralela, comenzó la preocupación por el desgaste ambiental y sus efectos, por lo que los cubrebocas adoptaron un nuevo papel: filtros de aire. El *smog couture* es una tendencia que se hizo oficial en 2014 cuando los ciudadanos adoptaron el cubrebocas como un hábito, más que como un objeto extraordinario. En colecciones de moda de ese año, marcas como Qiaodan Yin Peng Sportswear o Marine Serre mostraron diferentes propuestas de protesta ambiental e imaginarios apocalípticos que abrieron el camino para que en las calles se volviera normal y se vendieran hasta en la tienda de la esquina. Poco a poco fue adoptada fuera de China con el mismo propósito: pasaron de rostros en Beijing a rostros en Tokio, Mumbai, Ciudad de México y, recientemente, en Australia, a raíz de los incendios de enero de 2020.

Antes de que escucháramos la palabra COVID-19 o Coronavirus, la máscara quirúrgica estaba asociada a alter ego y mensajes personales por tribus urbanas. En el mundo de la música, los raperos SL, Future y Ayo & Teo lo usan como un accesorio insignia, parte de su personalidad escénica. Y para SL también es una forma de tener un poco de anonimato. Por otro lado, la cantante Billie Eilish lo llevó a los Grammys 2020 como símbolo de que es dueña de su cuerpo y este es solo para sus ojos.

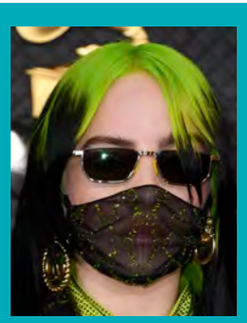
En marzo de 2020, se volvió el común denominador de celebridades, modelos e *influencers* que empezaron a navegar el mundo con cubrebocas. Así empezó una tendencia global: lo convirtieron en un accesorio personalizable y *cool* ante la obligación de usarlo.

EN BOCA DE TODOS...

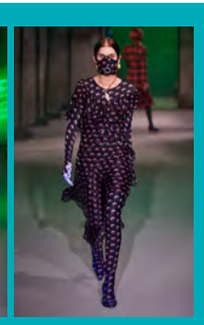
Surgieron los tutoriales, las guías paso a paso y múltiples videos de cómo crear tu propio cubrebocas con una vieja camiseta, una mascada de seda, fundas para zapatos o con retazos de tela; dónde comprar el más sustentable, el que ayude con donaciones por cada venta, el que no lastime tus orejas; uno que apoye a diseñadores emergentes, o de marcas exclusivas como Vogmask. ¡Llegamos a tutoriales de maquillaje para rostros con cubrebocas! Pasamos de saber lo mínimo necesario sobre este accesorio que antes estaba limitado a enfermos, personal médico y tribus urbanas, a volvernos expertos en el tema.

Este inofensivo accesorio cambió la manera en cómo nos vemos y a los que nos rodean. La expresión humana se limita a los ojos en un momento en el que las personas buscan en el rostro del otro expresiones de apoyo, miedo, ansiedad y esperanza. Melina Basnight, una asistente médica, lo expresó claramente a *The Washington Post*: "Es difícil interactuar con un paciente cuando no puedes ver su cara. No puedes ver sus expresiones. No sabes si está sonriendo o está molesto debajo del cubrebocas".

Esta falta de percepción de una sonrisa o un gesto no verbal que revele nuestras emociones llevó a marcas como Mask for It a vender, como pan caliente, un diseño de una sonrisa sencilla; por su parte, el instituto suizo EPFL y el laboratorio Empa diseñaron una mascarilla transparente.



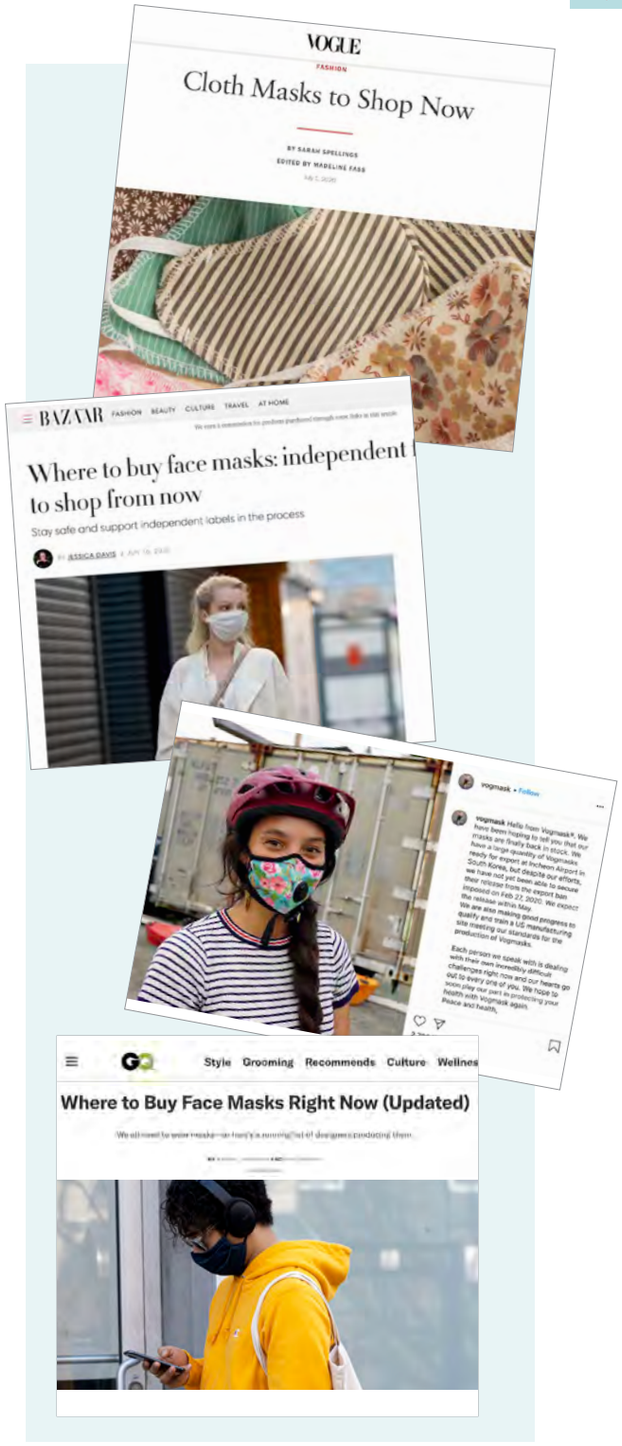
Billie Eilish



Marine Serre

Ayo & Teo

Future y su hija

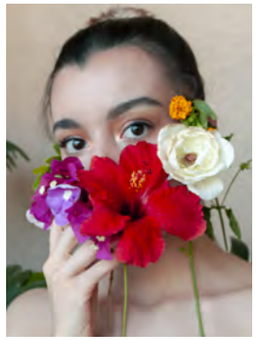


FOTOS: CORTESÍA INSTAGRAM

...Y DE LA UDEM

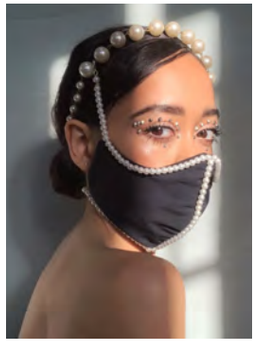
La alta demanda de este accesorio lo llevó a ser el objeto de estudio de la clase de Análisis contemporáneo de la moda de la licenciatura en Diseño textil y de moda en la UDEM, impartida por Indira Sánchez Tapia. La profesora motivó a su alumnado a investigar y aprender de la situación actual. “Las y los jóvenes reflexionaron sobre lo que se está viviendo en esta contingencia desde su espacio privado, desde lo virtual, cómo es la relación familiar y con sus amigos en esta situación atípica. Encuestaron a algunas personas con las que están en contacto, pensaron en qué fenómenos políticos, sociales y emocionales inspiraron la creación de los diseños”.

Los alumnos tuvieron que estudiar casos específicos como el de Billie Eilish y de las tribus urbanas, y los usos históricos y médicos desde el siglo XIX. Con materiales que tenían en casa, diseñaron propuestas funcionales, ideas creativas, conceptuales o artísticas como parte del proyecto final de la clase, con resultados que cambiaron la forma tradicional del rectángulo con jaretas. Entre las creaciones hubo flores, estampados, rejillas y estructuras fuera de lo común con mensajes y manifiestos que visualizan una nueva era para el cubrebocas.



ÁNGELA FLORES

ISABEL REYNA

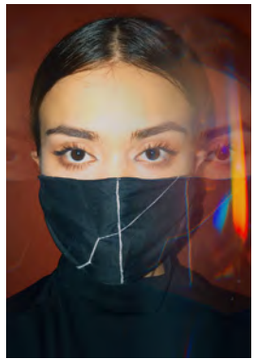


DIANA TORRES

MACARENA NIETO

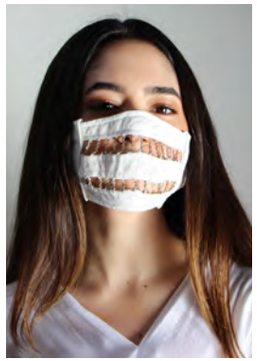
“LAS Y LOS JÓVENES REFLEXIONARON SOBRE LO QUE SE ESTÁ VIVIENDO EN ESTA CONTINGENCIA DESDE SU ESPACIO PRIVADO, DESDE LO VIRTUAL, CÓMO ES LA RELACIÓN FAMILIAR Y CON SUS AMIGOS EN ESTA SITUACIÓN ATÍPICA”.

INDIRA SÁNCHEZ TAPIA
Maestra de Análisis contemporáneo de la moda

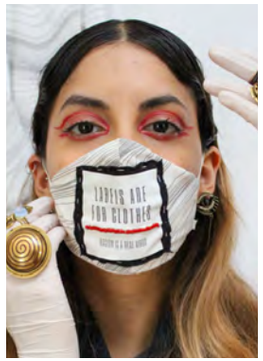


ESTEFANÍA GONZÁLEZ

VALENTINA GONZÁLEZ



ALONDRA MONIET



ASTRID FRUTOS

EL FUTURO

Aunque superemos la emergencia sanitaria del COVID-19, veremos con nuevos ojos esta protección facial y, tal vez, la mantengamos en rotación cotidiana, solidarios con el cuidado del vecino —y nuestra protección personal—. Puede ser que se intensifique su manifiesto como protesta social: un recuerdo de un mundo en crisis con contaminación, falta de privacidad, enfermedades, etc., que debemos remediar. Quizá, los adoptemos como un objeto de deseo personalizable y el nuevo código de vestimenta de las tribus urbanas. Y en el camino, aprendamos a expresar más emociones a través de la mirada o consigamos cubrebocas transparentes para mantener la expresión facial. De cualquier forma, se quedarán en nuestro clóset.

GRETEL JOFFROY

La idea inició con una imagen que vi de una enfermera (trabajando con pacientes COVID-19) y tuve la necesidad de pintarla. De ahí surgieron ganas de contribuir, crear y expresarme. Qué mejor que una pintura para documentar este momento en la historia, es una forma de darle color y luz a estos tiempos oscuros. Decidí hacer retratos de gente en su nueva realidad y donar un porcentaje de la ganancia a *Direct Relief*, una organización que apoya y proveé equipo de protección para doctores y enfermeras. www.directrelief.org/emergency/coronavirus-outbreak/

FOTOS. CORTESÍA *EPPL NEWS* Y UDEM.

¿CÓMO VIVIMOS EL GRAN CONFINAMIENTO?

Le preguntamos a 10 udemitas cómo ha sido su experiencia en estos meses de "covidamiento". Algunas se pusieron a hacer más ejercicio, otros descubrieron su talento en la cocina... y hay quien se quedó dormida durante una junta de Zoom.

KATYA LIZBETH ÁVALOS TORRES

ESTUDIA 3.ER SEMESTRE DE MÉDICO CIRUJANO PARTERO

En tiempos de crisis surgen las mejores ideas, o eso dicen por ahí. Al ver que la pandemia redujo las oportunidades de trabajo, pensé en mil maneras de generar ingresos sin salir de casa. Un día leí en el periódico sobre el fin prematuro del ciclo escolar. Pensé que sería buena idea dar asesorías *online* de matemáticas, química y biología a alumnas y alumnos que deben presentar el CENEVAL para la prepa. Así que publiqué mis servicios en algunos grupos de venta en Facebook ¡y conseguí entusiastas! Me siento satisfecha al ver que le echan muchas ganas para el examen y que yo pude generar ingresos haciendo lo que me gusta.

MIGUEL ALEJANDRO MENA HERNÁNDEZ

ESTUDIA 7.º SEMESTRE DE LICENCIADO EN DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

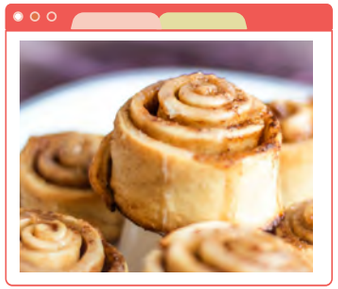
Cancelación y aceptación. Son dos cosas que me sucedieron durante esta pandemia. En agosto de 2020 iba a cursar un semestre en Budapest, Hungría, algo que esperaba desde hace años y ya contaba los días, estaba listo. De repente, llegó la pandemia a Europa, empezaron a cancelar vuelos y mi objetivo perdía rumbo poco a poco. Y luego, la difícil noticia: la **cancelación** de todos los intercambios estudiantiles —algo que comprendí completamente—.

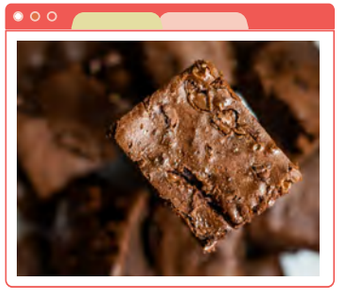
Me fui a mi siguiente objetivo: buscar prácticas profesionales en la Bolsa de Trabajo UDEM, para desarrollar mis conocimientos universitarios. Me **aceptaron** para trabajar en Grupo AIEn, lo cual me puso muy contento, por su misión basada en la sostenibilidad y cuidado al medio ambiente. Cuando fui a recoger mi equipo de trabajo para el *home office*, en la sala de espera vi algo que me sorprendió: una taza con el letrero "Metro BUDAPEST". Una señal, no lo sé, pero mínimo era algo que me decía que iba por buen camino, que reaccioné bien y a tiempo.

RAÚL ANDRÉS TORRES BRAVO

ESTUDIA 7.º SEMESTRE DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Pareciera que el mundo se detuvo: dejamos de caminar, de comer y de ser como antes. En estos meses he sentido que avanzamos lento... pero avanzamos. En mi casa cambiamos de piel: ahora cocino como nunca antes, limpio y desinfecto constantemente, organizo y sostengo roles que no pensaba tener. Todo es demasiado aprendizaje y esta experiencia nos ha exigido a reforzar nuestra inteligencia emocional —aunque no es inquebrantable—. De aquí y para toda la vida, siempre recordaré estos meses en familia.





MÓNICA ARANDA

EXAUDEM DE LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO ('10) Y MAESTRÍA EN DISEÑO GRÁFICO ('18)

Como muchos, en esta pandemia me enfrenté de un día para otro al *home office*. A pesar de ser una práctica común en mi trabajo, me cuesta limitarlo: se me hace fácil continuar de corrido todo un día porque no hay nada más que hacer (clases, gimnasios, reuniones, distracciones). Me di cuenta de que me obsesionaba y me desgastaba mucho cuando un día, en una junta en línea, ¡me quedé dormida y me perdí gran parte de la conversación! Corrí con suerte porque nadie en la junta lo notó, pero no escuché información importante.

Después de este *faux pas* me di cuenta del foco rojo de los hábitos tóxicos en cuanto al trabajo, pues me desvelaba y mi trabajo era lo único en lo que me enfocaba. Designé horarios para trabajar, leer, escribir, distraerme o hacer cualquier otra actividad.

MARÍA FERNANDA VEGA SÁNCHEZ

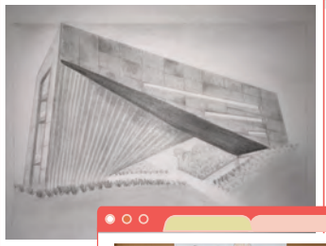
ESTUDIA 7.º SEMESTRE DE LICENCIADO EN MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

Llevo más de cuatro meses haciendo *home office* y *home schooling*, y conviviendo con mi familia 24/7. Retomé el hábito del ejercicio, llevo un mes saliendo a caminar por las noches para despejarme, así como la lectura. También me animé a ir a terapia para tratar algunos temas personales —algo que tal vez no hubiera hecho en mi vida "de antes"—, y me ayudó a cambiar de perspectiva. Comencé a remodelar mi cuarto, a pintar y a terminar series como distracción. Y claro, como buena mexicana, lotería cada viernes por la noche. Creo que cada vez me gusta más mi "nueva" vida, pero sigo extrañando muchas cosas que espero vuelvan pronto.

RAYMUNDO ALBERTO PORTILLO RÍOS
PROFESOR DE ARQUITECTURA

Durante el atípico semestre pasado, le pedí a mis estudiantes de Arquitectura que realizaran un *sketch* de su edificio favorito de la UDEM. Normalmente, esta actividad se hace recorriendo varios espacios del campus, pero por el confinamiento no era posible. Unos días después recibí la tarea de una alumna que contenía no uno, sino varios dibujos del CRGS. Me comentó en la conclusión reflexiva que en estos días le había sido muy difícil concentrarse y cumplir con las tareas, pues vivía con varios hermanos pequeños y compartía muchas veces con ellos el horario de estudio. Sin embargo, con esta tarea había logrado algo particular: se pusieron a dibujar imágenes del CRGS como actividad familiar, en la que participaron con mucho ánimo y determinación. Me envió su dibujo (perfectamente acabado) y los de sus hermanitos, junto con fotos de una pequeña galería que montaron en casa para exhibirlos. Me agradecía por la oportunidad que le daba de contarme dicha confidencia familiar, de revisar el trabajo de sus hermanos e incluirlos en la retroalimentación.

Al calificarla fui yo quien le agradecí por su testimonio de hermandad, por la brillante iniciativa de considerar a sus hermanitos y sus dibujos en la tarea, y poder descubrir como el CRGS, a pesar de la distancia, seguía inspirando en nuestros alumnos el sentido del trabajo en equipo y la fraternidad. La alumna obtuvo 100 no solo por su excelente *sketch* y por la técnica aplicada, sino por encontrar en esto un medio para ayudar y servir a los demás, regalándome con aquellos dibujos una de las mayores satisfacciones como maestro de Arquitectura en estos tiempos de pandemia.



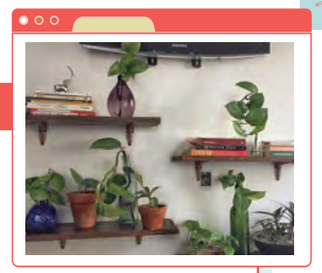
BEATRIZ ROSARIO CORNEJO FERRE
ESTUDIA 3.ER SEMESTRE DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Debo admitir que, al empezar el confinamiento, estaba un poco negada, pero poco a poco me di cuenta de dos cosas: primero, que no podía hacer nada sustancialmente importante para cambiar la situación; segundo, que mi actitud sobre lo que estamos viviendo dependía de estar bien conmigo y mi familia. Los primeros meses, de marzo a mayo, me dediqué por completo a la escuela, aunque en ocasiones hablaba con mis amigos por videollamada. ¡Cómo me ayudó estar en contacto con ellos! Más adelante, llegó el final del semestre y me di cuenta de que debía buscar nuevas actividades: practicar mis canciones favoritas en la guitarra, aprender algo nuevo de mi idioma favorito, el italiano, y editar fotos y videos, los cuales obsequio a mis amigos.

KARINA YAMILET AYALA MARTÍNEZ
ESTUDIA 3.ER SEMESTRE EN PREPA UDEM

Miento si digo que disfruto al 100% la cuarentena, pero tampoco diré que todo es malo. He reforzado mi disciplina con el ejercicio, he tocado más el piano —uno de mis hobbies favoritos—, he convivido más con mi familia y, sobre todo, me he querido más a mí misma. Antes tenía una muy mala imagen de mí, no me apreciaba en lo absoluto, pero he trabajado en mejorar mis áreas de oportunidad para sentirme bien conmigo misma.

Saldremos adelante de esto y las cosas mejorarán para todas y todos. Eso es lo que me motiva.



MONSERRAT PÉREZ GARZA
COLABORA EN LA DIRECCIÓN DE VINCULACIÓN

Si trato de revivir cada momento de este largo encierro, seguro me encontraré con momentos de mucha tristeza, desesperación, ansiedad y enojo. En lugar de revivir, prefiero hacer retrospección. ¿Cómo era antes y quién soy el día de hoy?

Se reforzó mi paciencia: entendí que tengo que usar mis energías para mantener la calma y debo ayudar a los que necesitan de mí; se manifestó la gratitud: puedo trabajar y disfrutar del tiempo con mi familia; mejoró mi actitud: abrí un blog, retomé amistades, tomé cursos, hice ejercicio y me consentí.

Hoy prefiero concentrarme en el presente. Poco a poco extraño menos mi vida de antes y adapto mi vida a esta situación. La cuarentena me quitó muchas cosas, pero me regaló lugares que nunca hubiera explorado.

GERARDO VILLARREAL BELENGUER
ESTUDIA 10.º SEMESTRE DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN Y LICENCIADO EN PRODUCCIÓN CINEMATOGRÁFICA DIGITAL

Son las 2:00 AM. Mi presente permanece en pausa. Mido el tiempo en sucesos: desabasto de papel higiénico, suspensión de trabajo y escuela, crisis económica, cancelación de eventos deportivos, protestas, racismo, avispones asesinos, ¡ovnis!... aunque nadie lo recuerda ya. Me preocupé desde enero, cuando vi que el problema no sería ajeno. Estoy acostumbrado a los desvelos, pero no a aquellos provocados por el miedo. Las redes sociales se volvieron tóxicas, por eso me alejé en marzo.

Me vi forzado a modificar mi vida, como adaptarme al supermercado *online*. Si no fuera por las videollamadas, no cambiaría de ropa y, con todo lo que he comido, no sé si me cierren los jeans. No concibo esta nueva normalidad, paradoja de origen desconocido que a nadie le confío... ni a mí mismo.

ILUSTRACIONES: SHUTTERSTOCK

LAS VIDEOLLAMADAS SON LA NUEVA MODALIDAD PARA ESTUDIAR, TRABAJAR O CONVIVIR CON LAS PERSONAS QUE QUEREMOS, PERO YA PINTAN UNA DELGADA LÍNEA QUE REDEFINIRÁ, ANTES QUE TARDE, EL ESPACIO PÚBLICO DEL PRIVADO. ¡BIENVENIDOS A *ZOOMBIELAND*!

POR: SABINA BAUTISTA

El sillón de la sala es el nuevo centro del universo. Con los dedos pringosos de mantequilla y chile Tajín, mi hija toma un puñado de palomitas y se acomoda en el rellano izquierdo, tocando con su pie el mío. Nunca pensé que un acto cotidiano, rutinario y fútil iba a cobrar tanto significado. Por primera vez en toda la semana ninguna de las dos está pendiente del celular ni conectada a una reunión virtual. Es un "martecito" por la noche y, ante el encierro, disfrutamos juntas un programa en la tele, como solían hacerlo mis padres conmigo cuando era niña.

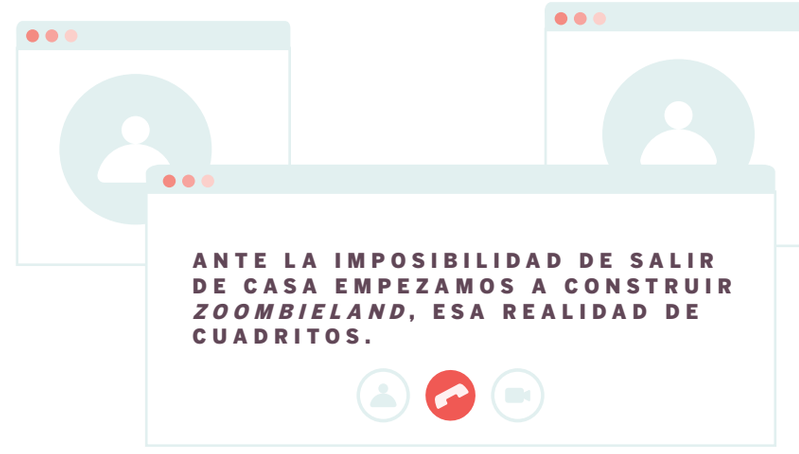
En nuestra pantalla, el comediante Jerry Seinfeld le pregunta a una audiencia, desternillada de risa, cómo fue que dejamos de usar los teléfonos para llamar y los convertimos en máquinas de "textear". No da una respuesta, pero con agudo ingenio, usa la risa para llevarnos a la reflexión. Y es que, en este torbellino de la vida contemporánea, damos las cosas por sentadas y olvidamos que no siempre han sido así, y peor aún: que no siempre lo serán.

El ejemplo de Seinfeld me hace pensar: ¿En qué momento nos convertimos en *Homo texting* —o, para ser más correctos, en *Homo scribere*— y después en *Homo videns* como vaticinaba Giovanni Sartori? Una nueva realidad se está instalando en nuestro hogar convirtiéndolo en un gran cuarto de interacción virtual sin ninguna resistencia y a una velocidad nunca antes vista. ¿Hacia dónde nos llevará?

En su famoso discurso para graduados en Stanford (2005), Steve Jobs destacó que, para entender cómo llegamos a donde estamos, debemos conectar los puntos hacia atrás. El concepto de las videollamadas y mensajería era parte de nuestro actuar cotidiano. Otros colosos tecnológicos como Apple, Facebook, Google y Microsoft nos prepararon para ello con FaceTime, Messenger, Hangouts y Skype. Pero Zoom, esa plataforma creada por Eric Yuan en 2011, hizo algo distinto que permeó en la mentalidad de una forma inesperada y ha logrado acumular, en poquísimos meses, más de 300 millones de usuarios. Así que, para entender el efecto Zoom, necesitamos hacer *zoom in* a sus predecesores.

LA MORA NEGRA Y SU REVOLUCIÓN A GOLPES DE BB PIN

En los albores de 1999, BlackBerry revolucionó los teléfonos al integrarles un teclado completo y crear BlackBerry Messenger (BBM), una aplicación de mensajería exclusiva para teléfonos inteligentes. Desde su lanzamiento ganó popularidad entre los *yuppies* (esa olvidada generación), poniendo en la cúspide a la compañía. Para 2012, tenía el 50% del mercado y casi ▷



80 millones de suscriptores. Su teclado QWERTY y el sistema conocido como "Pin" fueron la innovación que dio lugar al *Homo scribere*.

Pero el ritmo acelerado del siglo XXI hizo que el gigante se viera desbancado en tan solo una década. ¿Qué sucedió? Llegó al mercado, casi de forma imperceptible, otro contendiente, cuyo ícono era un teléfono verde encerrado en una vírgula de comunicación: WhatsApp.

NACE UN NUEVO VERBO: "WHATSAPPEAR"

Una de las cualidades de la innovación es que, cuando las personas han cambiado sus hábitos, es relativamente sencillo insertar nuevos comportamientos. BlackBerry mostró a los usuarios las ventajas de enviar un texto y la complicidad del silencio para comunicarte con alguien de forma casi inmediata. Un sonido discreto o un punto rojo sobre el ícono nos hacía saber que alguien nos buscaba y, a diferencia de las incómodas llamadas, no estábamos obligados a contestar de inmediato (aunque los demás pensaran que sí).

La innovación de WhatsApp —desarrollada por el ucraniano Jan Koum en 2011— no fue su código y configuración para teléfonos inteligentes, sino algo que parece muy simple: las dos palomitas azules. Esta función nos dio la certeza de que el otro (ese receptor buscado), aún en silencio, había leído nuestro mensaje.

Su punto de inflexión fue en 2014, cuando WhatsApp fue comprado por Facebook, y la vida entera empezó a llegarnos por "whats". En medio de este confort silencioso de texto, *voice notes* y pulgares adoloridos, el "ring, ring" de los teléfonos fijos y móviles poco a poco fue enmudeciendo.

EL ÚLTIMO PUNTO ANTES DE *ZOOMBIELAND*

Si pensamos en videoconferencias, nuestra corta memoria nos llevará a Skype, el *software* creado por Janus Friis y Niklas Zennström que, desde 2003, facilitaba la comunicación usando imagen, voz y datos. Lo cierto es que el concepto de videollamadas rondaba en nuestro imaginario colectivo desde los años cuarenta. Fueron los programas de televisión en la década de los sesenta, como *El súper agente 86*, los *Supersónicos* y *Star Trek,* quienes le inocularon a la generación X la idea de hablar con alguien a través de una pantalla de forma natural y cotidiana.

En marzo de 2020 estas ideas del futuro posible nos alcanzaron y la plataforma creada por Yuan aprovechó la coyuntura como nadie. Zoom se reposicionó rápidamente como un *software* amigable, gratuito por los primeros 40 minutos de uso, transparente para el usuario, fácil de acceder y con la posibilidad de conectar simultáneamente hasta 100 usuarios.

Ante la imposibilidad de salir de casa empezamos a construir *Zoombieland*, esa realidad de cuadritos en la que amigos, compañeros, pareja y desconocidos se conectan permanentemente para trabajar, estudiar, asistir a un *webinar* o celebrar una cena accediendo a un *link* de videollamada. ¿A cuántos "Zoompleaños" entraste entre marzo y agosto?

Aunque Zoom no es la única plataforma y compite contra Microsoft Teams, Messenger Rooms, Google Meet y Skype, su nombre pegajoso y divertido se posicionó con ayuda de neologismos, como en su momento hicieron otras gigantes del mundo *tech* (conjuguemos por ejemplo el verbo "googlear"). Navegando en internet nos topamos con nuevos términos como *Zoom fatigue*, *Zoombombing* y *Zoomparties* (intentamos hacer lo mismo con Microsoft Teams, pero no funciona). Una marca divertida, un temor enraizado y millones de usuarios conectados, ¿cuánto durará el reinado de las videollamadas en esta modernidad líquida e incierta?

EL PÉNDULO DE CALDERONI

Conectar los puntos nos ayuda a darle sentido a las causas que originan un fenómeno. En el caso del futuro del *home office*, del *home schooling* y de las *Zoomparties*, pareciera que tenemos todo para crear la tormenta perfecta: tecnología, cambio de mentalidad provocada por una pandemia y crisis económica.

Sin embargo, cuando se trata de revisar cómo llegamos aquí, también suelo citar a mi maestra, la doctora Sonia Calderoni, quien solía recordarnos en clase que la historia (así, con 'h' minúscula) era un péndulo y que en cada crisis de la humanidad había un retroceso y un avance. Hoy no podría estar más de acuerdo con ella y creo que el retroceso a realizar todo desde casa puede redefinir —nuevamente— los límites entre lo público y lo privado.

Quizá baste recordar las palabras de Hanna Arendt en *La condición humana* (1958) sobre la Grecia antigua: "La esfera privada era la esfera de la casa y de la familia. [...] de la vida misma: de proveer alimento, de dar a luz, de producir y reproducir la vida humana. La esfera pública era completamente diferente. El mundo de la *polis* era la esfera de la libertad. Para los antiguos griegos, la libertad solo tenía lugar en la esfera política, la *polis*". ▷

ILUSTRACIONES: SHUTTERSTOCK

En las sociedades modernas tuvo lugar lo que Arendt llama “el auge de lo social”, en el cual muchas de las actividades, que alguna vez se realizaron en los confines del hogar y la familia, son hechas fuera de la casa, cada vez más, por grupos y clases sociales. La esfera del trabajo (y del *home schooling*) se expande más allá de la vivienda para ocupar progresivamente el espacio de lo social, creando una sociedad de trabajadores y empleados, de clases organizadas y partidos que persiguen intereses colectivos.

En nuestro 2020, paradójicamente, el péndulo vuelve al lugar de origen y ahora la casa se convierte en el espacio público al cual todos tienen acceso.

LA VIDA DE CUADRITOS, LA VIDA HUMANA

En estos días he asistido a un par de juntas en las que he visto a una de mis clientas alimentar a una bebé mientras repasamos la propuesta de trabajo. También he tenido que callar a mi perro que parece saber cuándo mi reunión está en su punto más importante. Y, sin poder evitarlo, he visto el desorden de mis colaboradores cercanos quienes, al no contar con un lugar específico para poner la computadora, nos muestran la barra de la cocina.

Sin embargo, ante el ladrido del perro, el llanto de los niños y las interrupciones de audio y video, nadie se queja: parece que finalmente hemos aprendido a ser más empáticos al reconocer que así estamos todos y que la vida de oficina o el salón de clases es otro constructo imaginario que está por evolucionar. Trabajar o tener clases *online* en pijama desde casa (todos lo hicimos) nos recuerda cuán humanos y parecidos somos y la necesidad que tenemos, no de salir, sino del contacto físico: usar los sentidos en todos los sentidos.

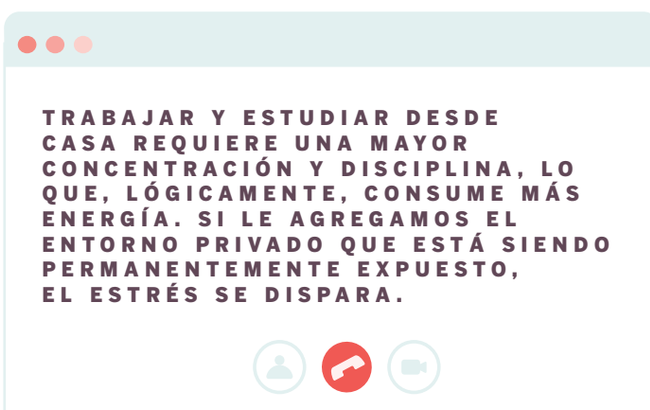
Y es que la tecnología es una gran aliada, pero también drena nuestra energía, no importa cuál plataforma usemos: la *Zoom fatigue* empieza a ganar terreno en publicaciones sobre salud mental. Este nuevo término, acuñado en artículos de *Harvard Business Review* y *BBC Worklife* por Gianpiero Petriglieri, profesor asociado de INSEAD, devela la compleja interacción que tenemos frente a la cámara. En nuestros procesos de comunicación con el otro, la comunicación no verbal, los gestos, las manos, la postura, incluso el olor y la vibra son elementos importantes para decodificar lo que se nos quiere decir. Un desfase en el video o un silencio prolongado nos resultan incómodos y a menudo estresantes. Trabajar y estudiar desde casa requiere una mayor concentración y disciplina, lo que, lógicamente, consume más energía. Si le agregamos el entorno privado que está siendo permanentemente expuesto, el estrés se dispara.

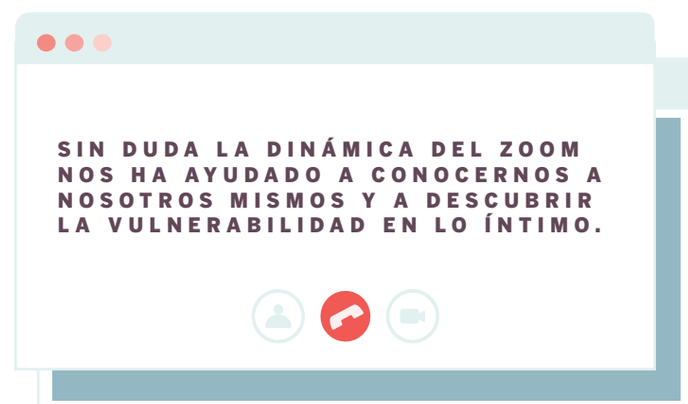
Y VOLVER, VOLVER, VOLVER

La incertidumbre y la angustia sobre el futuro nos agobia a todos. Lo que más extraña mi hija de su vida anterior son sus amigas, sus reuniones, los *martecitos* en la casa en turno. Como alternativa han ideado *PowerPoint Parties* en las cuales cada una de ellas prepara un tema que le interesa: desde cómo se hace un elote desgranado hasta qué posibilidades hay de ganar si peleas contra una princesa de Disney. Intentan mantenerse cerca y convivir de algún modo, pero lo que antes era una diversión —estar pegada al celular, a la computadora, a la televisión— empieza a cansarle. Quizá por eso ha renunciado a todo en este *martecito* y juntas miramos la tele sin pelear para que deje el celular. El contacto físico, la intimidad de compartir sin que nadie más nos vea, nos da un respiro.

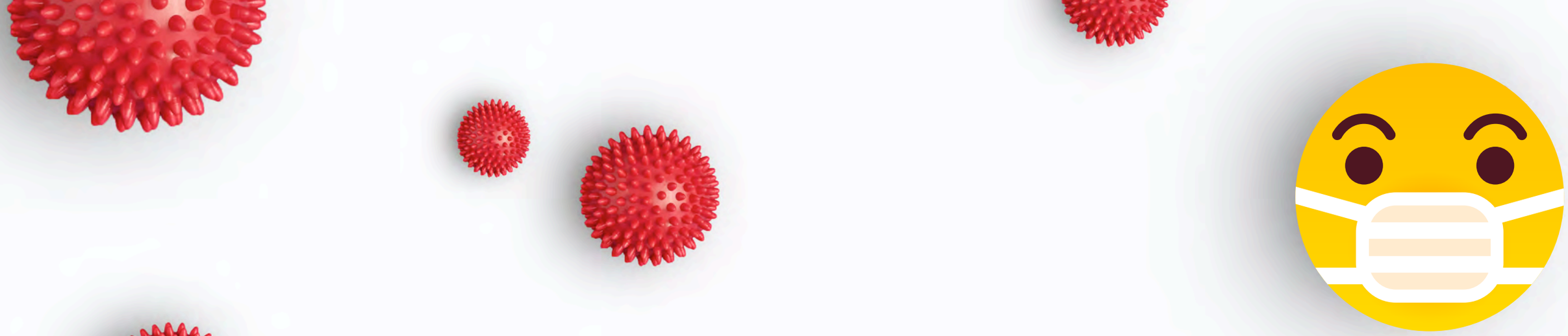
Sin duda la dinámica del Zoom nos ha ayudado a conocernos a nosotros mismos y a descubrir la vulnerabilidad en lo íntimo. Hemos perdido la sensación de control porque, aunque parezca que estamos híper conectados, dependemos de un *switch* para “ser en el mundo”.

El *show* de Seinfeld termina y nos deja un buen sabor de boca. Nos quedamos juntas en el sillón, en silencio, disfrutando únicamente la cercanía. Agradezco el momento. No sé qué vendrá para el futuro, pero tengo la certeza de que, más allá de las pantallas, la percepción de lo real se está abriendo mar adentro, volcándonos hacia el interior. *Zoombieland* es una jaula que está abierta a nuestras espaldas... y ese quizá sea el verdadero límite de lo privado.





ILUSTRACIONES: SHUTTERSTOCK



REDES SOCIALES EN TIEMPOS DE PANDEMIA

CUANDO TUS *POSTS* NO NOS AYUDAN

POR: NERY GRACIA
DIRECTORA DE COMUNICACIÓN Y MERCADOTECNIA UDEM

EN ESTOS MESES DE PANDEMIA HEMOS VISTO QUE EN *SOCIAL MEDIA* CIRCULAN FOTOGRAFÍAS DE FAMILIAS EN LA PLAYA, BODAS CON CIENTOS DE INVITADOS, FIESTAS DE CUMPLEAÑOS, REVENTONES EN BARES, BAUTIZO, PRIMERAS COMUNIONES, EVENTOS QUE SON IDENTIFICADOS COMO NO URGENTES. ¿QUÉ TANTO SE REFLEJA EL VALOR CÍVICO, LA EMPATÍA Y LA SOLIDARIDAD EN NUESTRAS PUBLICACIONES?

Hemos vivido seis meses en condiciones globales totalmente atípicas y que, en el primero de enero de 2020, al gritar "¡Feliz año!", jamás se nos hubieran cruzado por la mente. Recuerdo que el año nuevo se visualizaba en todos los medios caracterizado por conflictos entre Irán y Estados Unidos, lo que, por ahora, no se mantiene tan activo, pues el COVID-19 ha acaparado toda la atención posible.

Esta es una pandemia de todos. El virus ha secuestrado la tranquilidad y los sistemas de salud de cada una de las naciones, sin reparar en raza, credo, orientación política, ideología o frontera. El COVID-19 sigue muy presente y, en el séptimo mes después de que la Organización Mundial de la Salud declarara esta enfermedad una emergencia internacional, en México se vive con desasosiego, aunque no por todos. La pandemia ha empezado a arrasar con la capacidad del sistema de salud pública y privada, y no se diga con la capacidad de ejecución de políticas públicas y nuestra economía nacional.

Por meses se nos ha invitado —y casi obligado— a quedarnos en casa, a guardar sana distancia y salir a lo indispensable. Los gobiernos federal y locales han promovido campañas de comunicación exhaustivas con mensajes pegajosos, y pareciera que la creatividad brotó en las líneas discursivas y en ruedas de prensa. Mientras tanto, la ciudadanía, en ciertos casos, ha dejado mucho que desear y esto nos plantea la necesidad de reforzar y trabajar en nuestras conductas cívicas.

Desafortunadamente en México, nada cercano a la mayoría poblacional puede tomar la alternativa de permanecer en casa, solicitar alimentos a domicilio, realizar compras en medios digitales y, mucho menos, hacer *home office*. De acuerdo con los datos de la primera Encuesta Telefónica de Ocupación y Empleo (ETOE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), más de 12 millones de personas se han visto afectados por el impacto laboral de la pandemia. De estos, 10 millones pertenecen a la economía informal y dos millones a empleos formales.

Una gran mayoría de la población ha tenido que permanecer en el campo de batalla desde el sector salud, otros desde las áreas de servicios públicos y de alimentos. Hemos visto doctores, enfermeras, camilleros, intendentes, meseros, taxistas, rescatistas, veterinarios y un gran número de personas con ocupaciones que no se podían limitar a permanecer en casa. Todo lo contrario: la situación los movió a exponerse para mantener y garantizar servicios básicos.

Tomando esto en consideración, me parece pertinente poner sobre la mesa, ahora que la nueva normalidad nos permite vivir con mayor intensidad nuestros diálogos y debates, que uno de los aspectos relevantes en el éxito de aquellos países que lograron contener la pandemia es el aspecto cívico. Con esto me refiero a las conductas, el seguimiento de normas y apego a seguir las instrucciones de guardar distanciamiento social por parte de los grupos de ciudadanos, así como la forma en que se manifiesta este aspecto en medios digitales: ¿qué tanto se refleja el valor cívico y ▷

LA PANDEMIA HA EMPEZADO A ARRASAR CON LA CAPACIDAD DEL SISTEMA DE SALUD PÚBLICA Y PRIVADA, Y NO SE DIGA CON LA CAPACIDAD DE EJECUCIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS Y NUESTRA ECONOMÍA NACIONAL.

los valores como la empatía y la solidaridad en nuestras publicaciones en redes sociales?

En los últimos meses hemos visto que circulan en redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter) fotografías de orgullosas familias de vacaciones en la playa, bodas con cientos de invitados, fiestas de cumpleaños de futbolistas, reventones en bares y antros que operan en alguna ciudad del país, bautizos, primeras comuniones. Es una amplia lista de eventos que absolutamente pueden ser identificados como no urgentes —sí, reuniones sociales que carecen de toda urgencia.

Por una parte, existe el discurso de "ser, dejar ser y dejar hacer", el cual me parece correcto y necesario. Sin embargo, en una época tan irregular y volátil, donde todos somos vulnerables ante el COVID-19, y apelando a los derechos humanos, ¿es correcto publicar en redes sociales todas estas festividades sin su respectiva sana distancia y anunciarle al mundo que, "a pesar" de la pandemia, nada los detiene?

Las redes sociales y las plataformas digitales se han vuelto nuestro espejo. Muestra de ello son todas las actividades de interacción que realizamos por Zoom, Microsoft Teams, Google Meet, entre otras aplicaciones. En cada reunión o clase, con nuestro *background*, damos la bienvenida a nuestra casa a compañeros, amigos o alumnos. Considero que es muy parecido el efecto que tienen nuestras redes sociales al permitir ver al mundo (o al menos a nuestros seguidores) una muestra de nuestro pequeño universo: comidas favoritas, vacaciones, libros, fiestas... En general, le damos la entrada al público a conocer aspectos de nuestra vida que deseamos resaltar. Sin embargo, el debate reside en los límites y las implicaciones de nuestras acciones que reflejan nuestros actos cívicos por medio de fotografías y videos en una época que ha causado estragos, dolor y sufrimiento a millones de familias alrededor del mundo.

¿Qué nos ha pasado como sociedad que no nos pareciera suficiente y nos mueva a la empatía al ver videos y fotografías de médicos, enfermeras y familias enteras en vulnerabilidad? Más allá, ¿cómo logramos que el uso de nuestras plataformas se humanice y creen lazos de apoyo, conexión y estimulación para mantenernos informados y motivados?

El camino de aprendizaje es largo. Pero, mientras nos mantenemos en redes sociales en formato beta con algo nuevo por experimentar y, sobre todo, con la libertad de modificar, los valores y aspectos cívicos nos deben mantener firmes, como individuos que formamos parte de una comunidad.

Una de las frases que he leído y escuchado en repetidas ocasiones en estos días de verano es real, para pena de muchos y gozo de otros: "Todo Instagram está de fiesta...". Las fiestas masivas para algunos es algo que no puede esperar, algo inminente. Ojalá nos urgiera tanto y de la misma manera el estar presentes para tender la mano al enfermo, apoyar causas de negocios locales o a los amigos que han perdido su empleo.

Quizás no todo es tan oscuro y frívolo como se presenta en ocasiones en las redes sociales. Quizás hay un gran balance y aquellos que no mantienen su distancia y violan con cada acción las normas de seguridad y salubridad internacional al no portar un cubrebocas o al asistir a un festejo con cientos de invitados, también estarán para soportar económicamente y emocionalmente a nuestros doctores, enfermeras, ancianos, niños huérfanos, jóvenes sin educación y emprendedores que han dejado en pausa sus sueños para dar protagonismo a una pandemia y sus personajes fútiles.

FOTOS: SHUTTERSTOCK Y CORTESÍA INSTAGRAM

¿QUÉ TANTO SE REFLEJA EL VALOR CÍVICO Y LOS VALORES COMO LA EMPATÍA Y SOLIDARIDAD EN NUESTRAS PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES?

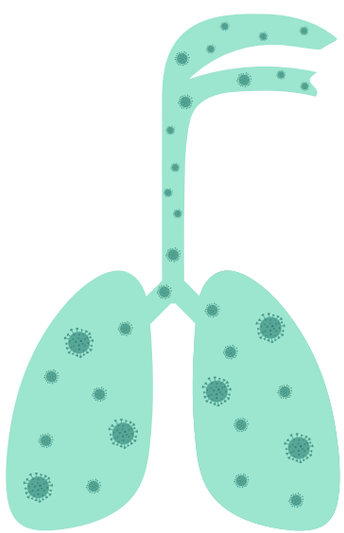
Coronavirus, campus y protección: lo que sigue

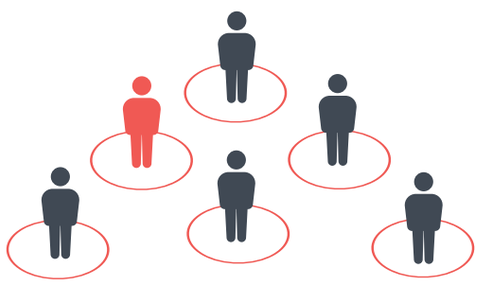
El campus UDEM volverá a ser un diamante que brilla por su actividad, una vez que el virus se rinda —y créenos, lo vamos a derrotar—. Por el momento, debemos seguir en modo precaución y por eso te presentamos esta ficha informativa para cuando volvamos al mejor campus de Monterr--- **¡del mundo!**

POR: DR. LUIS ANTONIO SÁNCHEZ LÓPEZ
PROFESOR INVESTIGADOR Y COORDINADOR DE CIENCIAS CLÍNICAS DE LA ESCUELA DE MEDICINA UDEM

PRIMERO QUE NADA, RECUERDA QUE JUNTOS SALDREMOS DE ESTA Y EL "CORONABICHO" SE RENDIRÁ, VOLVEREMOS A ABRAZARNOS Y A IR A CLASES PRESENCIALES.

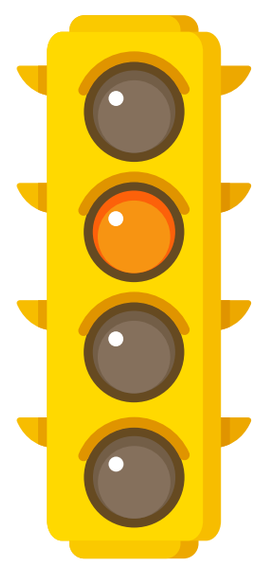
Si una persona infectada se encuentra en un área cerrada y esta tose (común) o exhala (vital), las partículas procedentes de la nariz o la boca que salen despedidas se vuelven aerosoles y pueden tardar hasta 30 minutos en caer al suelo, lo que dispara el riesgo de transmisión.





Debemos ser muy cuidadosos para no propagar el virus y contagiar a nuestros seres queridos, ya que está comprobado que una de cada seis personas que contraen el COVID-19 **desarrollan síntomas graves y tienen dificultades para respirar**. Además, las personas mayores y las que padecen afecciones médicas, como hipertensión arterial, problemas cardiacos o diabetes, tienen más probabilidades de desarrollar una enfermedad grave.

¿QUÉ MEDIDAS TOMÓ LA UDEM PARA LA PROTECCIÓN DE TODA LA COMUNIDAD?



El país y el estado de Nuevo León adoptaron el mecanismo para disminuir la propagación de la enfermedad llamado "semáforo epidemiológico", el cual toma en cuenta diferentes aspectos de la enfermedad, como el número de personas con infección, disponibilidad de hospitales, entre otros.

Con base en este indicador, al 22 de septiembre de 2020 nos encontramos en la fase **"naranja"**: existe un alto contagio dentro de nuestra población y por ende las actividades educativas se encuentran autorizadas solamente a la educación a distancia y las clases *online*. Hasta que el semáforo epidemiológico se encuentre en fase **"verde"** podremos regresar físicamente a las instalaciones UDEM.

AL MOMENTO DE REGRESAR AL (MEJOR) CAMPUS (DEL MUNDO 😎) VEREMOS TODAS LAS MEDIDAS DE PREVENCIÓN QUE LA INSTITUCIÓN REALIZÓ PARA NUESTRA PROTECCIÓN, SIENDO ALGUNAS DE LAS MÁS IMPORTANTES:

ACCESO SEGURO

Filtros de entrada y salida en los que se revisará la temperatura corporal en la frente, se aplicará gel con alcohol (70%) y se darán las recomendaciones adecuadas. Estos filtros serán colocados en áreas estratégicas de la UDEM.

AULAS SEGURAS

La infraestructura de las aulas se adecuó con estructuras físicas que no permitirán el contacto directo dentro de las mismas. Además, se colocaron filtros de alta eficiencia en la ventilación y radiación ionizante para asegurar su esterilización.

La sanitización de las aulas se realizará entre clase y clase; en las entradas se colocaron dispensadores de gel con alcohol (70%) y tapetes con soluciones sanitizantes. Por último, solo podrán albergar de un 30 a un 50% de su capacidad máxima, para respetar las medidas de distanciamiento social.

CENTRO COVID

Este centro cuenta con un médico especializado para la atención de colaboradores y alumnos que presenten síntomas de la enfermedad, además de áreas definidas para protección del resto de los alumnos.

USO DE BARRERAS DE PROTECCIÓN PERSONAL

Será obligatorio el uso de cubrebocas y careta protectora dentro de la UDEM, incluso en los salones y auditorios, para colaboradores, alumnos y visitantes. El lavado de manos también será obligatorio y por lo mismo se instalaron lavabos móviles dentro de la institución.

NO ESTÁ DE MÁS RECORDARTE QUE...

- **PERMANECE EN CASA SI NO TE ENCUENTRAS BIEN.**
- **SI TIENES FIEBRE, TOS Y/O DIFICULTAD PARA RESPIRAR, BUSCA ATENCIÓN MÉDICA Y LLAMA CON ANTELACIÓN.**
- **SIGUE LAS INSTRUCCIONES DEL COMITÉ SANITARIO DE LA UDEM.**
- **MANTENTE INFORMADO SOBRE LAS ÚLTIMAS NOVEDADES EN RELACIÓN CON EL COVID-19.**
- **SIGUE LOS CONSEJOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, DE LAS AUTORIDADES SANITARIAS PERTINENTES (A NIVEL NACIONAL Y LOCAL) SOBRE LA FORMA DE PROTEGERSE A UNO MISMO Y A LOS DEMÁS ANTE EL COVID-19.**
- **LAS AUTORIDADES INSTITUCIONALES, NACIONALES Y LOCALES DISPONEN DE LA INFORMACIÓN MÁS ACTUALIZADA SOBRE LA PROPAGACIÓN DEL COVID-19 EN TU ZONA.**

SI PRESENTAS SÍNTOMAS

Primero, guarda la calma. A todos nos puede pasar y lo mejor es mirar para adelante, no para atrás.

Avisa al Centro COVID de la UDEM, por medio del correo centro.covid@udem.edu para orientación específica; además, informa a tus profesores y al Director del Programa Académico (DPA) sobre tu situación.

Si tienes fiebre, tos y dificultad para respirar, busca rápidamente asesoramiento médico, ya que podría deberse a una infección respiratoria u otra afección grave.

LAS SIGUIENTES MEDIDAS NO SON EFICACES CONTRA EL COVID-19 Y PUEDEN RESULTAR PERJUDICIALES:

FUMAR

TOMAR REMEDIOS HERBARIOS TRADICIONALES.

AUTOMEDICARSE CON ANTIBIÓTICOS U OTROS MEDICAMENTOS, COMO HIDROXICLOROQUINA.

CONTACTO:
Centro COVID
centro.covid@udem.edu
(81) 82 15 45 88

PREPA ONLINE > UNIVERSIDAD ONLINE

EL UNIVERSO DESDE UN PEQUEÑO ESCRITORIO EN CASA

POR: ESTHER DIEZ
PROFESORA DE PREPA UDEM UNIDAD SAN PEDRO

Se autodenominan ***New Fish*** y son un grupo etario de jóvenes que, a golpes de resiliencia y apertura a nuevos aprendizajes, hemos subestimado, pero, a cambio, nos han dejado boquiabiertos. Son los estudiantes que, un día sí y otro también, nos enseñan cómo enfrentar nuevos retos, con su adaptación instantánea a nuevas rutinas, ante la destrucción de una vida que parecía estable, cuasi inamovible.

La generación graduada en junio 2020 cerró su proceso de aprendizaje de prepa de forma *online* y comienza este semestre su vida universitaria con ese formato educativo. La incertidumbre del futuro inmediato, los cambios constantes en las percepciones de esta opción, los procesos de conformar horarios y las alternativas presentadas por diversas universidades en el mundo los mantuvieron en una especie de "juego de las sillas" y en alerta continua. Ante todo, debieron reaccionar rápidamente a opciones que les eran (y son) lanzadas a partir de "semáforos sanitarios", de los que no tienen control alguno.

¿QUIÉNES SON Y DE QUÉ SON CAPACES?

La generación graduada de preparatoria en 2020 pertenece a lo que se clasifica como *centennials* o Generación Z. Saben manejar las herramientas digitales desde antes de aprender a hablar, leer o escribir y son capaces de navegar, aprender, descubrir y, sí, también perderse en el horizonte sin fin de internet. Estos jóvenes, acostumbrados al autoaprendizaje guiado con base en tutoriales (que cuando no los encuentran, los crean) han logrado, gracias al distanciamiento social consecuencia del COVID-19, aprovechar el soporte técnico en vivo y descubrir y adoptar nuevas reglas de etiqueta social —la virtualidad tiene su propio lenguaje, normas y expectativas—. Están en proceso de diseñar nuevas formas de construir comunidades, redefinir su pertenencia en un grupo y forjar la identidad que esperaban con su carrera y futura profesión.

Los jóvenes que inician su experiencia universitaria este otoño han tenido que desarrollar rápidamente su capacidad de solucionar los retos del día a día:

FOTOS: SHUTTERSTOCK

AUGURÁBAMOS QUE LA GENERACIÓN 2020 DE ESTUDIANTES DE NUEVO INGRESO TENDRÍA TODO TIPO DE APRENDIZAJES AL FINAL DE SU VIDA UNIVERSITARIA. LAS CIRCUNSTANCIAS ACELERARON EL CALENDARIO Y EXIGIERON UNA CURVA DE APRENDIZAJE BREVE Y DEMANDANTE.

SÍ, ESTÁN DECEPCIONADOS DE NO TENER SU ÚLTIMO SEMESTRE —"EL MEJOR DE LA PREPA"— COMO ESPERABAN… ESPECIALMENTE GRADUARSE JUNTO CON SUS COMPAÑEROS, AMIGOS Y CÓMPLICES DE ESTA ETAPA.

espacios, ruido y objetos a su alrededor. Ante ellos, se abrió una miríada de oportunidades: ahora comparten su pericia en instrumentos digitales no solo con sus semejantes, sino con sus maestros, padres de familia y hasta con sus abuelos. Día a día, descubren nuevos usos para las herramientas cotidianas, crean nuevas "políticas de convivencia" y, ante la "nueva realidad" (o lo que sea), tienen sueños, anhelos, temores. Es fundamental reconocer que su enfoque es diferente, pues han crecido con diversas herramientas en un entorno cambiante y demandante.

EL PANORAMA DESDE LO INESPERADO

Es estremecedor imaginar la educación universitaria fuera de una universidad. Además, los padres de familia están preocupados por los estándares de calidad académica. Pero estos jóvenes de primer semestre son conscientes de problemáticas globales y perciben como egoísta el quejarse cuando tienen tantos recursos que otros quisieran tener. Debemos reconocer que están devastados por no poder vivir la emoción del verano previo a la carrera y de no poder conocer o convivir con los que serán sus amigos "de toda la vida".

Aunque no todos percibían como vital el baile de graduación o fatal el acabar la preparatoria de manera *online*, sienten gran frustración de no haber podido graduarse con sus amigos, abrazarse, gritar, llorar, alegrarse juntos. Sí, están decepcionados de no tener su último semestre —"el mejor de la prepa"— como esperaban… especialmente graduarse junto con sus compañeros, amigos y cómplices de esta etapa.

Viven angustiados ante la situación mundial: violencia de género, tensión racial, crisis económicas y finanzas familiares, decesos por pandemia, destrucción ecológica… Pero también reconocen que van a poder estudiar una carrera universitaria con nuevas oportunidades de participar activamente en la construcción de un mundo mejor.

Como profesores, augurábamos que la generación 2020 de estudiantes de nuevo ingreso tendría todo tipo de aprendizajes al final de su vida universitaria (resiliencia, adaptación a tecnologías, conciliación con el hogar, por mencionar algunas). Las circunstancias aceleraron el calendario y exigieron una curva de aprendizaje (muy) breve y demandante.

Aunque no deseaban experimentar otro semestre desde su pequeño escritorio en casa, aceptaron que todo cambio implica una reestructuración de la rutina conocida, adaptación a nuevos aprendizajes y que está en sus manos recuperar sensación de seguridad.

AUNQUE NO TODOS PERCIBÍAN COMO VITAL EL BAILE DE GRADUACIÓN O FATAL EL ACABAR LA PREPARATORIA DE MANERA *ONLINE*, SIENTEN GRAN FRUSTRACIÓN DE NO HABER PODIDO GRADUARSE CON SUS AMIGOS, ABRAZARSE, GRITAR, LLORAR, ALEGRARSE JUNTOS.

El temor natural al iniciar una nueva etapa de vida, que los lleva a preguntarse: "¿quiénes son mis profesores de carrera?", "¿cuál es su estilo de trabajo?", "¿cómo van a ser las clases?", va acompañado de cierta tranquilidad, ante la posibilidad de una modalidad híbrida que provee un balance de seguridad sanitaria y la posibilidad de vivir la experiencia universitaria fuera de casa.

Al final del día, es cierto lo que afirma William Shakespeare en su famoso monólogo "ser o no ser" de *Hamlet* (1603): es preferible lo conocido, con sus aciertos y errores, que adentrarse en lo desconocido. Esa respuesta primordial de pelear o huir —de miedo a lo desconocido— es importante reconocerla y aceptarla como un reto. Debemos impedir que provoque una parálisis intelectual y emocional y tenemos que convertirla en un nuevo telescopio que cambie el ángulo desde el que se vive la experiencia universitaria.

Generación ***New Fish,*** bienvenidos al primer semestre de su carrera. Gracias por enseñarnos tanto, *¡chapeau!*

Agradezco de manera especial a mis exalumnos de titularidad recién graduados de prepa quienes se tomaron el tiempo para compartirme sus perspectivas, preocupaciones y sentimientos sobre el reto de iniciar su carrera universitaria en tiempos de pandemia.

FOTOS: SHUTTERSTOCK Y CORTESÍA UDEM

ESTE GRAFFITI GANÓ EL CONCURSO EN @360UDEM (CON SEMIFINALES Y TODA LA COSA) PARA SALIR EN ESTA EDICIÓN. ¡GRACIAS A LOS QUE PARTICIPARON! TOM Y JERRY SE SIENTEN HONRADOS (Y LES PIDEN UN METRO DE DISTANCIA, POR SUPUESTO).

Y un día, ni Tom podía atrapar a Jerry. La mañana del 29 de abril de este año (aunque se siente que fue en 2009), el dúo de nuestras infancias —la de nuestros abuelos, padres, hermanos, todos— aparecieron así en el barrio de Borgo Pio en Roma, con cubrebocas y con órdenes de distanciamiento social. El graffiti, realizado con técnica de arte de palo, es obra de Maupal, famoso artista callejero nacido y criado a la sombra de *la Cupolone*, la cúpula de San Pedro en el Vaticano.

FOTOS: CORTESÍA

“La primera semana [en marzo 2020] estaba desorientado, me despertaba sin saber si experimentaba una pesadilla o si era realidad. El miedo se hacía cargo, especialmente por mis padres, amigos y seres queridos vulnerables. Después de aproximadamente un mes dije ‘aprovechémoslo’ y comencé a estudiar, investigar, trabajar... Ahora vuelvo a tener miedo de que, con la relajación de las restricciones, podamos repetir todo y volver al primer punto”, le dijo Maupal al sitio de noticias locales *romah24.com*. Lo bueno es que los residentes de Borgo Pio —contentos con esta obra de su vecino— tienen al gato y al ratón para recordarles que un metro (en realidad es entre 1.5 y dos metros) puede salvar vidas.

Por ti,
nuestros sueños
cobrarán vida

Crea una educación sin pausas

En la UDEM uno de cada dos de nuestros estudiantes cuenta con algún tipo de apoyo financiero.

Sin embargo, ante la crisis generada por el COVID-19, el mundo nos puso en pausa y miles de familias UDEM se vieron impactadas por la reducción de ingresos, desempleo y la afectación de negocios propios.

En abril lanzamos el Fondo de Apoyo Integral UDEM para ayudar a estas familias y recibimos más de 2,500 solicitudes de jóvenes en riesgo de abandonar sus estudios. Además, en las Preparatorias Politécnicas, el 70% de las familias dejaron de pagar la colegiatura, y recibimos más de 500 solicitudes de estudiantes que requieren un apoyo adicional para continuar con su bachillerato.

¿Y si te decimos que puedes ayudar con lo mismo que cuesta un capuchino de temporada? ¡Una aportación a la semana ayudará a cientos de jóvenes que quieren seguir con sus estudios!

Para saber más, pasa a la página 144

MORDIDO POR UNA ARAÑA MUTANTE, HOLLYWOOD SE TRANSFORMÓ EN LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS Y SE CONVIRTIÓ EN UN HÉROE QUE GENERA MILES DE MILLONES DE DÓLARES. Y RECUERDEN: UN GRAN PODER CONLLEVA A...

¡UNA BREVE (PERO PODEROSA) HISTORIA DE LAS PELÍCULAS DE SUPERHÉROES!

¡HOLA! ESTÁS A PUNTO DE VER CÓMO PERSONAJES CREADOS HACE 80 AÑOS SON LOS RESPONSABLES DE UNA ÉPOCA DORADA DE RECAUDACIÓN EN TAQUILLA.

Y QUE SEA UNA TRADICIÓN QUEDARNOS DESPUÉS DE QUE TERMINEN LOS CRÉDITOS... AUNQUE NOS PASEN LA ESCOBA EN LOS PIES.

POR: GIOBANY ARÉVALO RUIZ, CELINE ÁLVAREZ NAVA Y JENIFFER VILLA

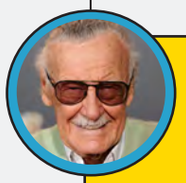
Marvel se declara en bancarrota con una deuda de 700 millones de dólares. Para salir del bache financiero, vende los derechos cinematográficos de sus personajes más populares a Sony (Spider-Man) y, un año después, a la 20th Century Fox (X-Men, Cuatro Fantásticos, Daredevil, etcétera).

1996 · **2000** · **2002** · **2003** · **2004** · **2005**

SPIDER-MAN
La película más esperada de Marvel había llegado por fin al cine. Spidey se enfrenta a un Green Goblin en una extraña armadura, pero a quién le importa... es la película de Spidey.
Flash fact: Tobey Maguire (Peter Parker/ Spider-Man) confesó que nunca había leído un cómic del héroe antes de esta cinta.
Estudio: Sony Pictures.
Taquilla mundial: 821 millones de dólares.

X-MEN
Nuestros mutantes favoritos debutan de la mano del director Bryan Singer y de las garras de Hugh Jackman como el rampante Wolverine.
Flash fact: es prácticamente la única película de la franquicia que no se basa en una historia salida de los cómics.
Estudio: 20th Century Fox.
Taquilla mundial: 296 millones de dólares.

DAREDEVIL
Protagonizada por Ben Affleck, narra las desventuras de Daredevil, un héroe ciego con sentidos aumentados.
Flash fact: la historia que inspiró parcialmente esta cinta fue *Daredevil: The Man Without Fear*, escrita por Frank Miller.
Estudio: 20th Century Fox.
Taquilla mundial: 179 millones de dólares.



STAN LEE
Hace su primer (de muchos) cameos en X-Men, vendiendo hot-dogs en la playa, aunque técnicamente su primera aparición fue como jurado en la película para televisión de 1989: *The Trial of the Incredible Hulk*.

ILUSTRACIONES: CELINE ÁLVAREZ NAVA

HELLBOY
Basada en el personaje creado por Mike Mignola, Guillermo del Toro vuelve a dirigir una cinta de uno de sus personajes favoritos.
Flash fact: la película se basa casi por completo en la historia *Semilla de destrucción*, que cuenta el origen del chico infernal.
Estudio: Columbia Pictures.
Taquilla mundial: 99 millones de dólares.

GATÚBELA
Protagonizada por Halle Berry (Gatúbela), esta cinta se tomó demasiadas libertades creativas, al grado de no tener ninguna relación con la original Selina Kyle ni con Batman.
Flash fact: en el sitio *Rotten Tomatoes* tiene una aceptación del 9%. Auch.
Estudio: Warner Bros.
Taquilla mundial: 82 millones de dólares.

LOS INCREÍBLES
Esta joya animada rescató la esencia de las historietas: el eterno problema de la identidad secreta y toda la comedia que eso provoca.
Flash fact: al contrario de los filmes clásicos de superhéroes donde la historia se basa en un cómic, en este caso la cinta dio pie a cómics y un sin fin de productos.
Estudio: Disney y Pixar.
Taquilla mundial: 633 millones de dólares.

ELEKTRA
Directamente de las páginas de Daredevil, este *spinoff* nos presenta en solitario a una de las asesinas más peligrosas del mundo (Jennifer Garner), además del interés amoroso de Matt Murdock.
Flash fact: aunque fue un fracaso comercial y de crítica, hay que reconocer que tuvo algunas buenas escenas de acción... algunas.
Estudio: 20th Century Fox.
Taquilla mundial: 56 millones de dólares.

UNA HISTORIA VIOLENTA
merece una mención honorífica. Basada en la novela gráfica de John Wagner y Vincent Locke, esta cinta fue la última en la historia en ser lanzada en VHS.

BATMAN INICIA
El regreso triunfal del Caballero de la Noche a la pantalla grande. Dirigida por Chistopher Nolan, narra los primeros años de Bruce Wayne como Batman con un tono oscuro que definitivamente ya se extrañaba.
Flash fact: según el mismo Nolan y el escritor David Goyer, la cinta tuvo una fuerte inspiración en la novela gráfica *Batman: The Long Halloween*.
Estudio: Warner Bros.
Taquilla mundial: 374 millones de dólares.

SIN CITY
Estéticamente impresionante, la adaptación de la novela gráfica de Frank Miller mostró a la audiencia hasta donde puede llegar el romance visual entre el cómic y el cine.
Flash fact: fue dirigida por tres mentes maestras: Robert Rodríguez, Quentin Tarantino y el propio Frank Miller.
Estudio: Dimension Films.
Taquilla mundial: 158 millones de dólares.

CONSTANTINE
Basada en el personaje homónimo publicado en el ahora extinto sello editorial Vertigo (perteneciente a DC), Keanu Reeves es el exorcista con poderes sobrenaturales John Constantine.
Flash fact: se trata de un intento por parte de DC Comics de presentar a nuevos personajes que no necesariamente son superhéroes.
Estudio: Warner Bros.
Taquilla mundial: 230 millones de dólares.

SUPERMAN REGRESA
Esta película es una secuela directa al Superman de 1978. Después de cinco años, el Hombre de Acero regresa a la Tierra para descubrir que ha sido olvidado, y que Lex Luthor ahora es un hombre muy, pero muy poderoso.
Flash fact: no le fue mal en taquilla, pero Warner tomó la decisión de cancelar una secuela, planeada para 2009.
Estudio: Warner Bros.
Taquilla mundial: 391 millones de dólares.

MARVEL CINEMATIC UNIVERSE FASE 1
HULK, EL HOMBRE INCREÍBLE
La siguiente película en la iniciativa Avengers fue el *reboot* del gigante esmeralda, ahora interpretado por Edward Norton.
Flash fact: los efectos especiales fueron ampliamente elogiados, así como el espíritu triste y sombrío de Bruce Banner (Norton).
Estudio: Marvel Studios.
Taquilla mundial: 263 millones de dólares.

BATMAN: EL CABALLERO DE LA NOCHE
La secuela de *Batman inicia* es quizá la mejor película del Caballero de la Noche hasta ahora, con una participación magistral de Heath Ledger como Joker.
Flash fact: Nolan aseguró que *Batman: The Killing Joke*, de Alan Moore, fue una gran inspiración para el desarrollo de la historia.
Estudio: Warner Bros.
Taquilla mundial: 1,004 millones de dólares.

Kevin Feige es en parte el arquitecto del Marvel Cinematic Universe, al producir todas las cintas que lo integran. Se dice que desde Iron Man, ya tenía un primer plan a 10 años de entrelazar las cintas de los héroes de Marvel, justo como ocurre en los cómics.

MARVEL CINEMATIC UNIVERSE FASE 1
IRON MAN
Envidiando el éxito que tenían sus personajes con otras productoras, surge Marvel Studios para explotar a los superhéroes que aún tenía en su poder. La punta de lanza fue la historia del multimillonario Tony Stark, interpretado por Robert Downey Jr.
Flash fact: con Iron Man se puso la primera piedra del "proyecto más ambicioso de la historia del cine": El Marvel Cinematic Universe. ¡Ah! Y de quedarse al terminar los créditos.
Estudio: Marvel Studios.
Taquilla mundial: 585 millones de dólares.

2006

300
Nunca la batalla de las Termópilas había sido tan *cool*. Dirigida por Zack Snyder, esta cinta redefinió el uso de la cámara lenta, el filtro sepia y la frase "This is Sparta" acompañada por una patada.
Flash fact: la película es plasmada, literalmente, viñeta por viñeta de la novela gráfica de Frank Miller a la pantalla.
Estudio: Warner Bros.
Taquilla mundial: 456 millones de dólares.

2007

SPIDER-MAN III
La película más taquillera de la franquicia arácnida no fue tan bien recibida por la crítica. Peter Parker bailando con *look* de emo es solo la punta del iceberg.
Flash fact: se dice que Sam Raimi recibió presión por parte de Sony para incluir a Venom, aunque él ya tenía a Sandman como villano principal.
Estudio: Sony Pictures.
Taquilla mundial: 890 millones de dólares.

2008

TMNT: LAS TORTUGAS NINJA
La historia sigue los acontecimientos de la tercera cinta, donde los cuatro hermanos se separan. Ahora, cuando el mundo es amenazado por un antiguo mal, Leonardo, Donatello, Rafael y Miguel Ángel, unirán fuerzas de nuevo... y comerán pizza.
Flash fact: fue la primera cinta de las Tortugas en utilizar el CGI.
Estudio: Warner Bros.
Taquilla mundial: 95 millones de dólares.

MARVEL CINEMATIC UNIVERSE FASE 1
THOR
El dios asgardiano del trueno es exiliado a la Tierra para aprender algo de humildad. Lo que no se imagina es que su medio hermano Loki, príncipe del engaño y las mentiras, ha decidido hacer de las suyas.
Flash fact: Sam Raimi, el mismo que llevó al éxito años atrás a la franquicia de Spider-Man, escribió un guion para Thor en 1991, pero no se llegó a nada.
Estudio: Marvel Studios.
Taquilla mundial: 449 millones de dólares.

MARVEL CINEMATIC UNIVERSE FASE 1
CAPITÁN AMÉRICA: EL PRIMER VENGADOR
Tras ser sometido a un procedimiento experimental, el enclenque Steve Rogers es transformado en el Capitán América, el primer supersoldado listo para combatir al Eje y a Red Skull durante la Segunda Guerra Mundial.
Flash fact: Chris Evans (la antigua Antorcha Humana en Los 4 fantásticos) declinó el papel tres veces antes de aceptarlo. ¿En qué pensabas, Chris?
Estudio: Marvel Studios.
Taquilla mundial: 370 millones de dólares.

X-MEN: PRIMERA GENERACIÓN
Esta precuela a la trilogía original narra la relación entre el Profesor X y Magneto, así como la formación de sus respectivos equipos mutantes durante la crisis de los misiles cubanos de los años sesenta.
Flash fact: se le considera una fiesta de errores de continuidad, pues hay personajes que aparecen más viejos o jóvenes respecto a las anteriores cintas.
Estudio: 20th Century Fox.
Taquilla mundial: 353 millones de dólares.

2009

WATCHMEN
La novela gráfica más importante de la historia, escrita por Alan Moore e ilustrada por Dave Gibbons, llegó al cine de la mano de Zack Snyder. En ella, un grupo de vigilantes desea impartir justicia, sin saber que algunos de ellos tienen una agenda secreta y existe un dios azul.
Flash fact: Moore fue uno de los mayores opositores de que se hiciera la adaptación de su obra, al grado de rechazar las regalías generadas por el filme.
Estudio: Warner Bros.
Taquilla mundial: 185 millones de dólares.

2010

X-MEN ORÍGENES: WOLVERINE
No era un secreto para nadie que el mayor atractivo de las películas de los X-Men era el mutante de las garras de adamantium. Además, era un pretexto perfecto para mantener viva la franquicia.
Flash fact: a Hugh Jackman no le gustó cómo quedó la película... y a mucha gente tampoco. Debido a lo anterior, se canceló una posible secuela *X-Men Orígenes: Magneto*.
Estudio: 20th Century Fox.
Taquilla mundial: 373 millones de dólares.

2011

KICK-ASS
Literalmente este filme llegó pateando traseros con su estilo desenfadado, violento y humor negro. Basada en la novela gráfica homónima de Mark Millar y John Romita Jr., fue una sorpresa en taquilla.
Flash fact: fue producida nada más y nada menos que por Brad Pitt.
Estudio: Lionsgate.
Taquilla mundial: 96 millones de dólares.

Disney, en un movimiento que muchos consideraron inesperado y sin sentido, compra Marvel Entertainment por 4 mil millones de dólares. ¿Quiénes piensan eso ahora?

IMÁGENES: SHUTTERSTOCK Y CORTESÍA

2012

BATMAN: EL CABALLERO DE LA NOCHE ASCIENDE
La última parte de la trilogía de Nolan lleva a Batman al límite al enfrentar a un poderoso Bane, quien romperá algo más que su espalda.
Flash fact: la historia está basada casi en su totalidad, en las novelas gráficas de DC *Batman: Knightfall*.
Estudio: Warner Bros.
Taquilla mundial: 1,084 millones de dólares.

MARVEL CINEMATIC UNIVERSE FASE 1
LOS VENGADORES
Al igual que en los cómics, Iron Man, el Capitán América, Thor, Hulk, Black Widow y Hawkeye se unen a la iniciativa Vengadores de Nick Fury para detener a Loki y su plan por conquistar la Tierra con una armada extraterrestre.
Flash fact: en una de las escenas más famosas poscréditos, aparece por primera vez Thanos, el villano máximo de *Los Vengadores*.
Estudio: Marvel Studios.
Taquilla mundial: 1,519 millones de dólares.

2013

DC EXTENDED UNIVERSE
EL HOMBRE DE ACERO
Superman vuelve a volar en Metrópolis, pero ahora con una actitud diferente que lo llevó, incluso, a matar a uno de sus enemigos, rompiendo una de las reglas básicas del Hombre de Acero.
Flash fact: siguiendo el ejemplo del Marvel Cinematic Universe, DC lanza su DC Extended Universe, con Zack Snyder como arquitecto de la iniciativa de entrelazar las películas.
Estudio: Warner Bros.
Taquilla mundial: 668 millones de dólares.

WOLVERINE: INMORTAL
Logan viaja a Japón para visitar a un viejo amigo, sin saber que pronto estará a la mitad de una conspiración Yakuza y mutante.
Flash fact: la historia está basada en ciertos aspectos de la serie creada por Frank Miller y Chris Claremont.
Estudio: 20th Century Fox.
Taquilla mundial: 414 millones de dólares.

2014

X-MEN: DÍAS DEL FUTURO PASADO
Con el fin de evitar el exterminio total de humanos y mutantes por igual, los X-Men envían a Wolverine al pasado para intentar cambiar la historia. La base del guion toma aspectos de la obra maestra de Chris Claremont y John Byrne.
Flash fact: en esta cinta se reúnen los actores de la primera trilogía como los de las nuevas cintas, dando un gran banquete visual y cronológico.
Estudio: 20th Century Fox.
Taquilla mundial: 747 millones de dólares.

MARVEL CINEMATIC UNIVERSE FASE 2
GUARDIANES DE LA GALAXIA VOL. 1
¿Un mapache, un árbol y una bola de inadaptados son los protectores de nuestra galaxia? La irreverencia de la cinta causó furor en los fans de Marvel, que de inmediato los adoptaron como verdaderos antihéroes.
Flash fact: tanto fue el éxito del *soundtrack* retro de la cinta, el *Awesome Mix Vol. 1*, que hasta se vendieron versiones en casete.
Estudio: Marvel Studios.
Taquilla mundial: 773 millones de dólares.

EL ASOMBROSO SPIDER-MAN II: LA AMENAZA DE ELECTRO
En esta secuela, nuestro amigable vecino no solo será electrocutado varias veces cortesía de Max Dillon, sino que deberá lidiar con la pérdida de uno de sus seres más amados.
Flash fact: esta es la primera película de Spider-Man en filmarse completamente en Nueva York.
Estudio: Sony Pictures.
Taquilla mundial: 711 millones de dólares.

2015

MARVEL CINEMATIC UNIVERSE FASE 2
ANT-MAN
Siguiendo el espíritu de comedia de *Guardianes de la galaxia*, llegan las aventuras de Scott Lang, un ladrón en recuperación que encuentra por accidente un traje que puede cambiar el tamaño de su portador.
Flash fact: el personaje principal de la cinta sería Hank Pym, pero debido a su pasado turbulento en los cómics, se decidió que fuera Scott Lang.
Estudio: Marvel Studios.
Taquilla mundial: 519 millones de dólares.

MARVEL CINEMATIC UNIVERSE FASE 2
VENGADORES: ERA DE ULTRON
Al intentar desarrollar un programa que se encargara de la paz mundial, Tony Stark y Bruce Banner crean accidentalmente a Ultron, una inteligencia artificial que desea todo, menos la paz mundial.
Flash fact: Scarlett Johansson estaba embarazada durante la filmación, así que no pudo realizar la mayoría de las escenas de acción.
Estudio: Marvel Studios.
Taquilla mundial: 1,405 millones de dólares.

Sony y Disney llegan a un acuerdo para compartir los derechos de Spider-Man, lo que hará posible integrar a nuestro amigable vecino al Marvel Cinematic Universe, en *Capitán América: guerra civil*.

2016

MARVEL CINEMATIC UNIVERSE FASE 3
DOCTOR STRANGE
Mientras el excirujano Stephen Strange busca un nuevo camino y rumbo a su destrozada vida, no sospecha que pronto se convertirá en el Hechicero Supremo y dominará las artes místicas como el Doctor Strange.
Flash fact: durante la filmación de la película, Benedict Cumberbatch entró a una tienda de cómics vestido como el Doctor Strange para comprar un cómic de… Doctor Strange.
Estudio: Marvel Studios.
Taquilla mundial: 677 millones de dólares.

DC EXTENDED UNIVERSE
SUICIDE SQUAD
Una agencia gubernamental secreta recluta a supervillanos (entre ellos Harley Quinn) para encarar una verdadera misión suicida: salvar el mundo del Apocalipsis.
Flash fact: Margot Robbie (Harley Quinn) realizó casi todas las escenas de acción.
Estudio: Warner Bros.
Taquilla mundial: 746 millones de dólares.

DEADPOOL
El mercenario bocón hace su debut cinematográfico por la puerta grande. El humor ácido y la burla a otras franquicias de superhéroes lo convirtió en un clásico instantáneo.
Flash fact: Ryan Reynolds aseguró que no volverá a interpretar a otro superhéroe que no sea Deadpool.
Estudio: 20th Century Fox.
Taquilla mundial: 782 millones de dólares.

2017

DC EXTENDED UNIVERSE
LIGA DE LA JUSTICIA
Después de la desaparición de Superman, Batman y Wonder Woman deciden reunir a seres extraordinarios para combatir un mal intergaláctico que se aproxima. ¿Los elegidos? Aquaman, Flash y Cyborg.
Flash fact: después de la triste muerte de su hija, Zack Snyder abandona la dirección de la película, dando lugar a Joss Whedon, quien se hizo cargo de dirigir la primera entrega de *Los Vengadores*.
Estudio: Warner Bros.
Taquilla mundial: 657 millones de dólares.

DC EXTENDED UNIVERSE
WONDER WOMAN
Considerada por muchos como la mejor película del DC Extended Universe, cuenta la historia de Diana, princesa de las Amazonas, quien debe viajar al mundo de los hombres para detener la maldad de Ares.
Flash fact: Wonder Woman fue la primera película con una protagonista femenina desde Elektra, en 2005.
Estudio: Warner Bros.
Taquilla mundial: 821 millones de dólares.

MARVEL CINEMATIC UNIVERSE FASE 3
SPIDER-MAN: DE REGRESO A CASA
Después de su aparición en *Capitán América: guerra civil*, el nuevo Spidey se columpia en una aventura divertida y fresca, lista para sorprender a las nuevas generaciones.
Flash fact: para hacer más evidente que pertenecía a la continuidad del MCU, Iron Man hace el rol de "padre" de Peter, quien busca su lugar en el mundo de los superhéroes.
Estudio: Marvel Studios y Sony Pictures.
Taquilla mundial: 880 millones de dólares.

2018

MARVEL CINEMATIC UNIVERSE FASE 3
BLACK PANTHER
T 'Challa, rey de Wakanda, y el héroe conocido como Black Panther, intenta llevar a su pueblo altamente tecnologizado y apartado del mundo a un brillante futuro, mientras intenta resolver problemas de su pasado.
Flash fact: de entre las nueve nominaciones recibidas en los premios Oscar, ganó en diseño de vestuario, banda sonora y diseño de producción. ¡*Wakanda forever*!
Estudio: Marvel Studios.
Taquilla mundial: 1,347 millones de dólares.

DC EXTENDED UNIVERSE
AQUAMAN
Antes de ser parte de la Liga de la Justicia, Arthur Curry debe reclamar su herencia como rey de Atlantis y protector de los mares de la Tierra.
Flash fact: aunque no sea el personaje más popular de DC, sí es la película del DC Extended Universe de mayor recaudación hasta la fecha.
Estudio: Warner Bros.
Taquilla mundial: 1,148 millones de dólares.

SPIDER-MAN: UN NUEVO UNIVERSO
Miles Morales, un adolescente con gran pasión por el grafiti, es mordido por una araña modificada genéticamente, dándole los poderes proporcionales de una araña… y más. En esta cinta animada vemos a una versión adulta de Peter Parker, así como a Spider-Gwen y Spider-Ham, un cerdo araña.
Flash fact: la historia está inspirada en los cómics de Spider-Verse, donde se presentan un sin fin de hombres, mujeres y cerdos araña de diferentes universos.
Estudio: Sony Pictures.
Taquilla mundial: 375 millones de dólares.

MARVEL CINEMATIC UNIVERSE FASE 3
VENGADORES: INFINITY WAR
Los planes de Thanos, largamente ocultos, por fin son revelados: reunir las gemas del infinito (mostradas de manera secreta a lo largo de las películas del Marvel Cinematic Universe) para desaparecer la mitad de la población del universo. Para evitarlo, deberán reunirse todos (y cuando decimos todos, son todos) los héroes para detenerlo.
Flash fact: con un impresionante presupuesto de 316 millones de dólares, es la película más costosa de la historia.
Estudio: Marvel Studios.
Taquilla mundial: 2,048 millones de dólares.

Stan Lee, creador de prácticamente todos los superhéroes más populares de Marvel, muere el 12 de noviembre de 2018 a los 95 años, en medio de una polémica por abuso de su agente. ¡Gracias por todo, Stan!

IMÁGENES: SHUTTERSTOCK Y CORTESÍA

Después de meses de negociación, Disney completó la compra de 20th Century Fox por 71,000 millones de dólares, recuperando X-Men, los 4 Fantásticos, Deadpool y más franquicias marvelitas.

MARVEL CINEMATIC UNIVERSE FASE 3

CAPITANA MARVEL

Carol Danvers, la superheroína más poderosa del mundo, no solo debe echar abajo una conspiración en las razas Kree y Skrull, sino desentrañar de dónde viene realmente.

Flash fact: la historia, ubicada en los años noventa, tienen dos inspiraciones salidas de los cómics: *Secret Invasion* y *Guerra Kree/Skrull*.

Estudio: Marvel Studios.

Taquilla mundial: 1,128 millones de dólares.

DC EXTENDED UNIVERSE

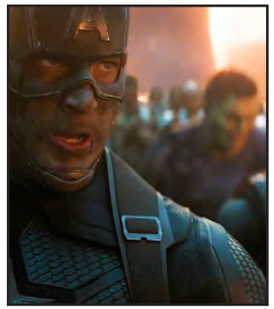
SHAZAM!

Al decir unas palabras mágicas, un niño se transforma en un ser todopoderoso, como Superman. El tono descaradamente cómico de la cinta le dio un giro refrescante al mundo de los superhéroes en el cine.

Flash fact: Shazam fue el primer superhéroe adaptado al cine por Hollywood en 1941.

Estudio: Warner Bros.

Taquilla mundial: 365 millones de dólares.



MARVEL CINEMATIC UNIVERSE FASE 3

VENGADORES: ENDGAME

El final de un largo camino que inició con Iron Man nos presenta viajes en el tiempo, peleas épicas y al Cap cargando el martillo mágico de Thor. Un verdadero festín visual.

Flash fact: fue la última película de Marvel donde Stan Lee hizo un cameo.

Estudio: Marvel Studios.

Taquilla mundial: 2,800 millones de dólares.

JOKER

Arthur Fleck vive una existencia tortuosa y miserable en Gotham City, llevándolo a una espiral de violencia y sangre. Esta cinta no se incluye dentro del DC Extended Universe al considerarse lejos del mundo de superhéroes.

Flash fact: la aterradora risa de Joaquin Phoenix se debe a que este vio una gran cantidad de videos de gente sufriendo de risa patológica.

Estudio: Warner Bros.

Taquilla mundial: 1,074 millones de dólares.

2019 ..... **2020**

El Coronavirus resultó ser más letal que cualquier villano y debido a eso, algunas cintas programadas para este año cambiaron de fecha e incluso de año.

DC EXTENDED UNIVERSE

WONDER WOMAN 1984

El regreso de Diana, ubicado en la década de los ochenta, no es tan glamuroso como piensa, pues deberá enfrentar a la supervillana Cheetah.

Flash fact: la película toma lugar en 1984, el año en que Arthur Curry (Aquaman) nació.

Estudio: Warner Bros.

Taquilla mundial: Desconocida.

DC EXTENDED UNIVERSE

AVES DE PRESA Y LA FANTABULOSA EMANCIPACIÓN DE UNA HARLEY QUINN

Después de su rompimiento con Joker, Harley Quinn decide unirse a un grupo de heroínas para derrotar a Black Mask, señor del crimen.

Flash fact: esta película es parte de una trilogía de Harley Quinn, iniciada con *Suicide Squad* y que posiblemente continuará con *Gotham City Sirens*.

Estudio: Warner Bros.

Taquilla mundial: 173 millones de dólares.

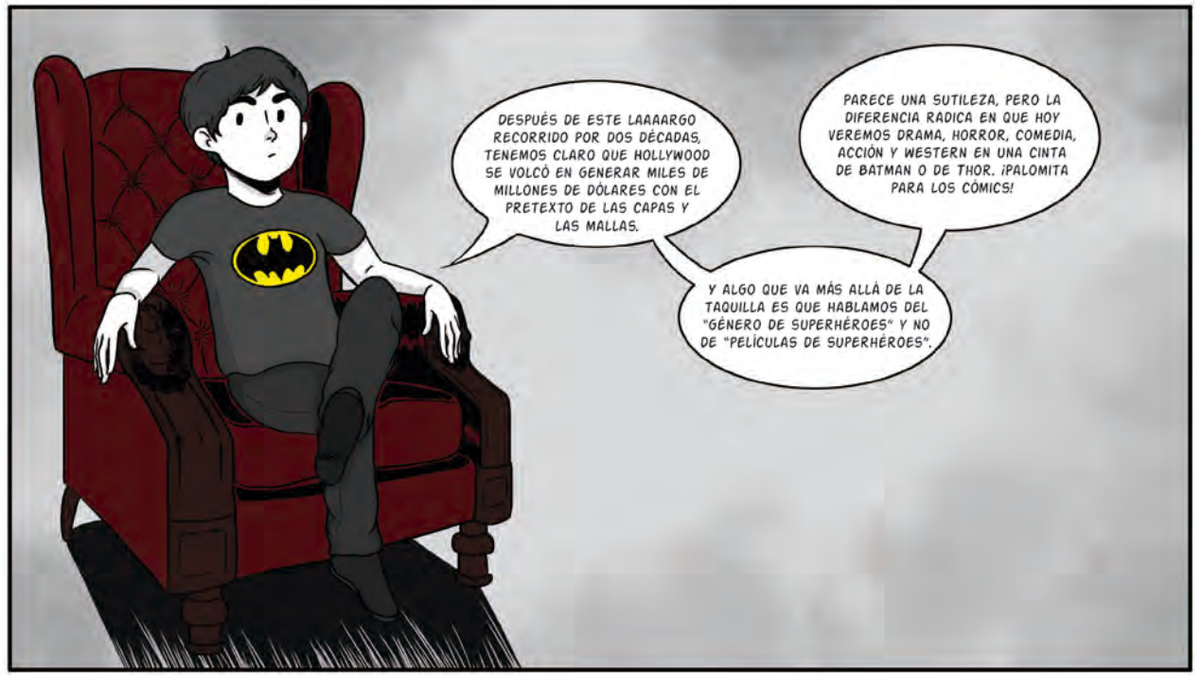
NUEVOS MUTANTES

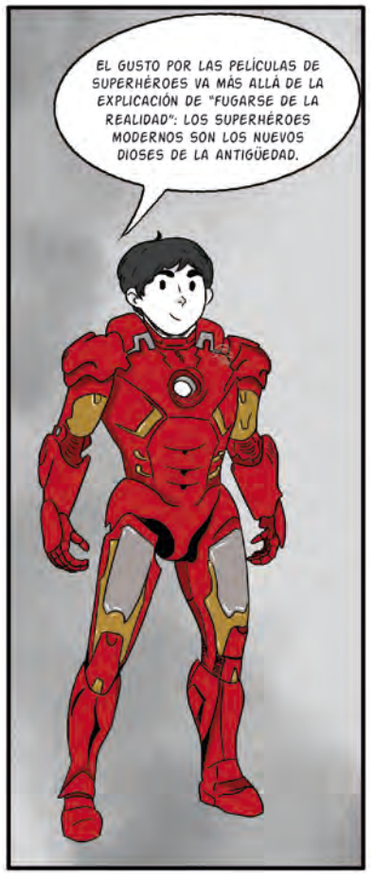
Cinco jóvenes mutantes descubren sus habilidades mientras intentan escapar de una instalación secreta.

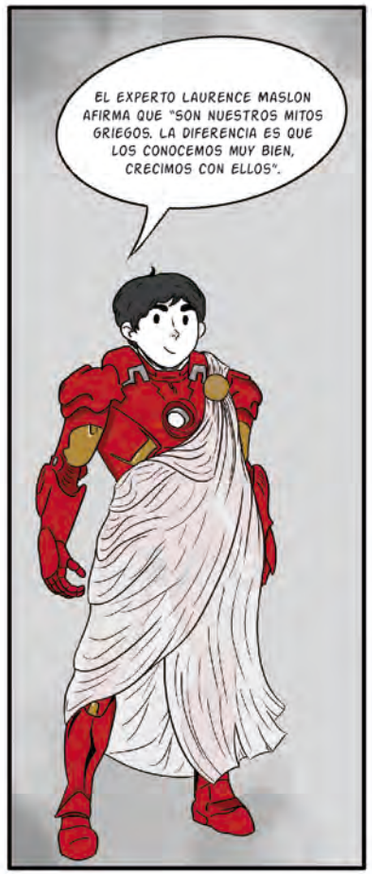
Flash fact: es la primera película producida por Fox que ya pertenece a Marvel Studios.

Estudio: 20th Century Fox.

Taquilla mundial: Desconocida.







ILUSTRACIONES: CELINE ÁLVAREZ NAVA

“NO CRECEMOS POR COMPLETO **SOLO DESDE QUE NACEMOS HASTA LA ADOLESCENCIA** —O, INCLUSO, NUESTROS VEINTES—.

Cuando tenía 14 años, un día regresó a su casa y la encontró vacía. Habían deportado a sus padres y a su hermano, quienes migraron de Colombia y luchaban por el “American Dream”. Completamente sola, se apoyó en vecinos y amigos para (re)construir su vida. Hoy es una exitosa actriz que participó en series como Jane The Virgin *y* Orange is the New Black *y también es una feroz activista que busca evitar que se repita su historia.*

DIANE GUERRERO,
actriz estadounidense de origen colombiano y activista por los derechos de los migrantes.

SI SOMOS AFORTUNADOS, NUNCA DEJAMOS DE CRECER”

DIANA TORRES

LISSET PATONI

LA OLA VERDE EMPAPA LA MODA

POR: DIANA TORRES,
ESTUDIA 5.º SEMESTRE DE LICENCIADO EN DISEÑO TEXTILE Y DE MODAS
EDICIÓN: NURIA BALLESTEROS

La sustentabilidad espera rescatar el mundo de la moda (y de paso, el planeta). ¿Cuál es la realidad detrás de ese algodón orgánico y la campaña de reciclaje de prendas? Analizamos los aciertos y errores de la industria desde todos los ángulos (claro, también como compradores).

AL *FAST FASHION* SE LE ACUSA DEL *GREENWASHING*: LA ESTRATEGIA QUE SE APROVECHA DEL INTERÉS PÚBLICO EN LA SUSTENTABILIDAD. ANUNCIAN QUE TIENEN LÍNEAS "VERDES", AUNQUE CONTIENEN UN PORCENTAJE MÍNIMO DE MATERIALES RECICLADOS U ORGÁNICOS.

La sustentabilidad es la única tendencia 2020 —y más con todo lo que ha pasado—. Marcas como H&M la promueven. Otras, como Stella McCartney son pioneras y algunas más, como Gucci, firmaron el G7 Fashion Pact, pero ¿sabemos qué significa? Este concepto va más allá del clásico reducir, reusar o reciclar. No solo se preocupa por el desgaste del planeta, también incluye un enfoque de trabajo digno en el que los trabajadores no sufran injusticias.

Empecemos con el medio ambiente: seguro has visto la campaña de H&M Conscious, que anuncia una colección de ropa y accesorios creados con materiales como algodón orgánico o poliéster reciclado. Y si fuiste a sus tiendas en el último año, probablemente te encontraste con unas urnas para depositar tu ropa vieja. Las prendas en buenas condiciones las donan a asociaciones; las demás las deshacen en textiles para reutilizarlas en nuevas creaciones o en productos como rellenos de almohada.

Otra marca con este tipo de acciones conscientes es Patagonia, la especialista en *outdoors*. Esta le ayuda a sus clientes a reparar sus prendas, en lugar de ofrecerle nuevos productos. Clientes contentos y leales, que no necesitan volver a invertir en una chamarra cada temporada.

FUERA DE TEMPORADA

La fundación Ellen MacArthur reportó en un estudio de 2017 que los consumidores perdemos 460 mil millones de dólares al año por desechar prendas útiles. Además, estima que más de la mitad de la producción de *fast fashion* se va a la basura en menos de 12 meses. ¿Viste unos jeans increíbles de Pull & Bear en oferta? Probablemente los usarás ocho o nueve veces a lo mucho antes de comprar los siguientes.

Es por eso que el *fast fashion*, los materiales no renovables y el *greenwashing* deben quedar "fuera de temporada" del mundo de la moda. Zara o Forever 21 —marcas que pertenecen a este tipo de industria efímera— tienen múltiples problemas a resolver, como el pago mínimo a las maquilas que explotan a niños y mujeres, el consumo desmedido de recursos no renovables que utilizan, la producción excesiva de prendas y la cultura de ropa desechable que ha promovido por su mala calidad.

También se le ha acusado al *fast fashion* la impresentable práctica del *greenwashing*: la estrategia corporativa de *marketing* que se aprovecha del interés público en la sustentabilidad para decir que siguen prácticas y ofertan productos bajo esta dinámica. Anuncian que tienen líneas orgánicas, conscientes o "verdes", pero solo contienen un porcentaje mínimo de materiales reciclados u orgánicos, no cumplen los estándares de la industria o hacen propuestas irreales por el modelo que esas compañías emplean.

Tenemos el caso de Primark. Esta marca *low cost* tiene 373 tiendas físicas en varios países que consumen grandes cantidades de luz todos los días, no vende en línea y ofrece al menos cuatro colecciones al año, con 500 o más copias de una sola camisa por talla. Si fuera una empresa consciente de la crisis climática, tendría que cambiar toda su estrategia de ventas y producción para cumplir con los estándares que dice seguir.

FOTOS: CORTESÍA

Hay miles de datos que demuestran que ya no podemos esperar a la temporada primavera-verano 2021 para tener un cambio drástico. Los más relevantes son:

	Cada año, se producen 100 mil millones de prendas.
	Solo el 2% de los trabajadores textiles a nivel mundial recibe un salario mínimo o más.
	La producción de prendas es responsable por el 8% de las emisiones mundiales de gas invernadero.
	Para producir una camiseta de algodón, se utilizan alrededor de 2,650 litros de agua.
	Se estima que el teñido y tratamiento textil es responsable del 20% del agua contaminada a nivel global.
	En los últimos 40 años aumentaron hasta 100 veces los desechos plásticos en los océanos; más del 30% de estos son microfibras dañinas que provienen de telas de poliéster, gamuza artificial, nylon y rayón.

Fuentes: *The Guardian* y UN Fashion Alliance

LOS CONSUMIDORES DEBEN EXIGIR EL CAMBIO

En una industria que emplea a 60 millones de personas a nivel mundial, el cambio no es solo cuestión de voluntad. Implica un esfuerzo global que involucra de igual manera a los diseñadores, productores y, por supuesto, consumidores.

Entre 2016 y 2019, las búsquedas *online* de "moda sustentable" se triplicaron, según un reporte publicado este año por la firma consultora McKinsey. Ante esto, la mitad de las grandes empresas de moda quieren lograr, al menos, que el 50% de su producción lleve materiales sustentables para 2025. Es un esfuerzo que busca concientizar y sumar a la sociedad a esta causa para generar acciones en conjunto en todos los niveles, espacios y plataformas.

Por otro lado, el movimiento global Fashion Revolution, creado en 2013 como respuesta al desastre del edificio Rana Plaza en Bangladesh donde fallecieron 1,134 personas, exige una reforma sistemática a la cadena de suministro de la moda. Anualmente celebra Who Made My Clothes, una campaña mundial en la que invita a creadores y consumidores de la industria a mostrar la etiqueta de su ropa, así como a los trabajadores detrás de ella, fomentando transparencia y reivindicación.

En cuanto a la calidad sobre cantidad, hay dos maneras de verlo. Por un lado, podríamos enfocarnos en la calidad ética de los consumidores al comprar, como lo hace la página web y app Good on You, que califica las marcas de moda globales y funciona como guía sobre las que tienen mejores prácticas sustentables. Su lema es *Wear the change you want to see*, sigue los objetivos de sustentabilidad de la ONU y su principal vocera es la actriz Emma Watson.

En una visión más radical, está el movimiento *slow fashion*, que propone reducir al mínimo la compra de ropa nueva. Se enfoca en prendas de mayor calidad creadas con procesos más sustentables y pone énfasis en la propia artesanía de su creación, al celebrar a las personas que están detrás de esta.

La idea es que se compre solo cuando es absolutamente necesario. Es un rechazo directo al *fast fashion* y busca alternativas sustentables —como también lo es la ropa de segunda mano—. La estadounidense ThredUp se ha vuelto el ejemplo a seguir: esta plataforma permite que sus clientes vendan *online* la ropa que ya no quieren. Es tal su éxito que, en 2015, seis años después de ser fundada, recaudó 81 millones de dólares. Además, en conjunto con la firma de análisis GlobalData, publicó en 2019 un informe sobre su mercado: 62 millones de mujeres compraron ropa de segunda mano y estiman 64 mil millones de dólares en ventas para 2024.

ALGUNAS DE LAS CARACTERÍSTICAS DE UNA MARCA *SLOW FASHION* SON:

Usar materiales de alta calidad y sustentables.

Prendas creadas, producidas y vendidas localmente.

Tiendas locales y pequeñas, ventas *online* o directo al cliente.

Pocos estilos por colección, con novedades de temporada dos o máximo tres veces por año.

ESTOS EJEMPLOS ALREDEDOR DEL MUNDO BUSCAN CREAR UN NEGOCIO QUE SIGA ESTA INICIATIVA SUSTENTABLE PARA PODER MANTENER SU IMPACTO A LARGO PLAZO, SIGUIENDO ESTOS PASOS:

1 CERRAR EL CICLO

Aplicar principios de reciclaje y economía circular.

2 COMPROMISO SOCIAL

Construir negocios que cumplen con los clientes, además de contribuir a la sociedad y a la naturaleza.

3 EXTENDER LA VIDA ÚTIL

Crear indumentaria que resista el paso del tiempo.

4 MANEJO DE RECURSOS

Optimizar el uso de recursos naturales y humanos.

5 RENOVAR LOS INSUMOS

Evaluar y transformar la cadena de suministro.

6 EMPUJAR LOS LÍMITES

Explorar más allá del presente creando tecnología para el futuro.

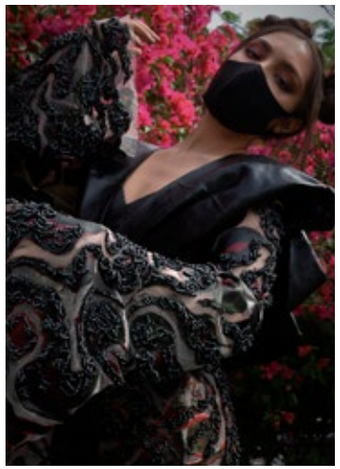
ILUSTRACIONES: SHUTTERSTOCK

COMO EJERCICIO DE LA MATERIA, CADA ALUMNO DEBÍA REGISTRAR EN UN DIARIO TODA LA BASURA QUE GENERABA EN UN DÍA. LOS RESULTADOS GENERARON UN *SHOCK* POR EL MAL USO QUE LE DAN A LOS RECURSOS NATURALES.

ÁNGELA FLORES

PAOLA FRANCISCO (finalista del premio Dorothy Waxman Textile Design Prize)

MACARENA NIETO



LUCÍA CHAVARRÍA

FOTOS: CORTESÍA UDEM

Y EN LA UDEM, ¿CÓMO VAMOS?

(RE)DISEÑANDO EL FUTURO

En la UDEM, los futuros diseñadores de moda tienen la responsabilidad creativa, ética y moral de seguir el camino de la sustentabilidad. En la carrera de Diseño Textil y de Modas, existen dos clases que se enfocan en esta temática. La primera es Teoría del Diseño de Moda Sustentable, una clase impartida por la profesora Valeria Molinari, quien es artista, ilustradora y entusiasta de prácticas sustentables. El propósito de esta clase es explicar cómo funciona la industria de la moda y generar conciencia sobre su relación con el medio ambiente y la sociedad.

La segunda es la materia Estudio de Diseño Experimental, en la que los estudiantes deben "pensar en verde" para crear biotextiles: cómo organismos vivos como bacterias, hongos y levaduras, a través de un proceso de fermentación, se convierten en telas. Esta idea revolucionaria establece que las y los alumnos pueden crear prendas a partir de grenetina, cuerdas, trapeadores o cualquier material reciclado que seguramente tienen en casa.

El periodo de experimentación de una tela biológica puede durar hasta dos meses. Paola Francisco, entusiasta udemita, fue parte de esta clase en la que, a base de agua, gelatina y espirulina, creó un textil. Este experimento en el semestre de primavera 2019 la llevó a ser finalista del premio Dorothy Waxman Textile Design Prize en Nueva York, concurso que reconoce el pensamiento innovador y la creatividad inspiradora en textiles.

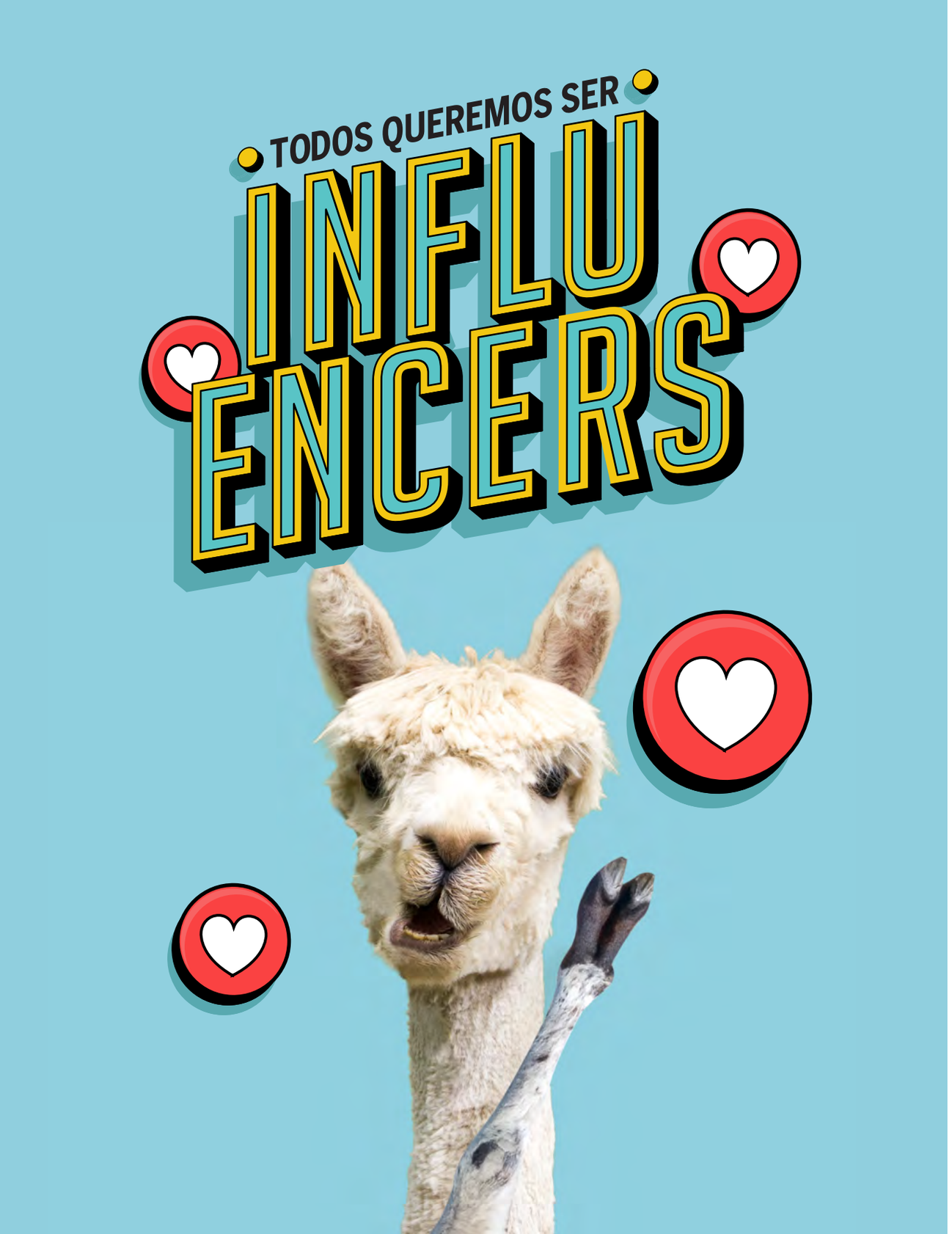
La UDEM también se ha sumado a iniciativas mundiales como a la campaña Who Made My Clothes de Fashion Revolution en 2019. Dos años antes, en un viaje estudiantil a Nueva York se impartió el *workshop* de teñidos naturales junto con la diseñadora y artista Cara Marie Piazza. Y dentro del campus, la profesora Valeria Molinari ofreció un curso de remendado de prendas para la comunidad UDEM.

LA CUARENTENA NO ME DETUVO

Crónica de Diana Torres, desde el confinamiento.

Imagínense tener que cumplir con proyectos finales de Diseño de Modas sin poder salir a comprar materiales. Eso fue lo que me pasó cuando, junto con mis compañeros, me vi en la necesidad de ser lo más creativa posible al solo tener los recursos de mi casa como materiales de trabajo. Corté jeans viejos, camisetas que ya no usaba, abrigos, ¡hasta fui por el mantel de la cocina y las cortinas de la sala! Usé comida como jamaica, café, vino tinto y aguacate como tintes naturales para teñir. Podrá sonar muy salvaje, pero los resultados fueron increíbles e inspiradores.

Así aprendí del *upcycling* o suprarreciclaje, es decir, reciclar objetos para crear otros aportando un mayor valor que el del objeto original. Este concepto es una de las apuestas para salvar la situación actual de desperdicio en moda. Al ser futuros profesionales y, a la vez, consumidores de la industria de la moda, debemos ser parte de la solución y no del problema. Como diseñadores podemos elegir materias primas que apuesten por el uso de fibras naturales y orgánicas, o la innovación de biotextiles. Como consumidores, podemos apoyar a la moda circular o al *upcycling* —intercambiar, arreglar, donar, reutilizar, reciclar y modificar las prendas para extender su vida útil—. La cuarentena no fue del todo mala.



Aceptémoslo: todos quisiéramos tener más de medio millón de *followers* en Instagram, YouTube o TikTok. ¿Pero cuál es el precio a pagar por tener tantos ojos sobre ti? ¿Qué hay detrás de un *post* en la playa o un video divertido de 11 segundos? Este artículo analiza a profundidad a la generación que manda en internet.

POR: VALERIA LEÓN

El año pasado visité Machu Picchu, lugar que recibe a millón y medio de visitantes al año y que fue nombrado la mejor atracción turística por los World Travel Awards en 2017. Viajé en verano (los meses con más turistas por metro cuadrado) y, para mi sorpresa, solo te permiten cinco horas para recorrer el lugar… y lo tienes que hacer junto con otros cuatro mil turistas, de diferentes nacionalidades y colores. Entre todo el bullicio logré diferenciar hasta siete idiomas diferentes, y la mayoría de los visitantes eran jóvenes de entre 19 y 25 años, todos emocionados con celulares en mano. A pesar de que el espacio es de más de 300 kilómetros cuadrados, al entrar había una larga fila que advertía el mejor *spot* para tomar fotografías, con la impresionante ciudad, los laberintos y canales de fondo, pero debías esperar cerca de dos horas para tu turno en el codiciado punto panorámico. Caminé frente a esta fila y dudé si formarme o no. Decidí no hacerlo y continué hacia la Puerta del Sol, una caminata de media hora donde se encuentra la sección final del camino inca y lo que funcionaba como la fortaleza de esta ciudad.

Cuando regresé, la fila tenía el doble de personas y pensé en que no me gustaría lidiar con sentimientos de arrepentimiento de no tener esa foto. Aun sin estar 100% convencida sobre invertir mi tiempo en ello, me formé. Yo viajaba sola, así que mi sentido auditivo se incrementaba y pude escuchar otras conversaciones. A mi lado, dos chicas estadounidenses discutían sobre cuál sería el mejor ángulo para la foto

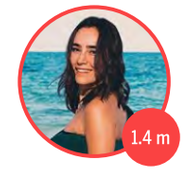
“NO, YO NO TENGO QUE DEMOSTRARLE A NADIE QUE ESTUVE AQUÍ”

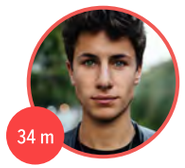
y qué querían lograr con esta imagen en la que se estaban preparando para posar. Más adelante en la fila había una familia de Buenos Aires, aunque el padre decidió no formarse. Conforme nos acercábamos al codiciado *spot*, una de sus hijas le preguntó si estaba seguro de que no quería la foto, a lo que respondió con su marcado acento argentino: “No, yo no tengo que demostrarle a nadie que estuve aquí”.

Esta es la gran diferencia que existe entre la generación que creció con cámaras fotográficas de rollo, y la que creció con redes sociales y su implícita necesidad de mostrarse ante los seguidores en lugares cada vez más apantallantes. Para aquellos que abrieron su perfil de Facebook cuando tenían entre 40 y 50 años, la fotografía en un lugar tan especial como Machu Picchu tenía la función de recordar un buen momento (y no tenía que subirse a ninguna *social media*); para los centennials, la foto y su *post* en Instagram es un acto obligatorio. No se concibe estar o visitar un lugar sin comunicárselo a sus seguidores. La fotografía que antes podría quedarse enmarcada en casa de tus padres por años, ahora es vista por miles de usuarios a quienes no conoces ni reconoces. Bienvenidos al mundo de los *influencers*.

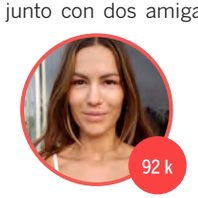
GENERACIÓN *INFLUENCER*

Lo que empezó como una forma banal de exposición se transformó rápidamente en un estilo de vida, en una fuente de ingresos y hasta una plataforma de emprendedurismo. Desde 2017, Paola Martínez Zurita (@paumtzurita) se dedica a crear contenido profesional como una *influencer* consagrada en redes sociales, en las que tiene más de un millón de seguidores. Mientras, su hermano Juan Pablo Zurita (@eljuanpazurita) alberga una de las comunidades de América Latina con más *followers* (34 millones). Esta familia de *influencers* tiene claro que lo que más se aprecia cuando llegas a estos niveles y haces de esto una forma de vida, es la autenticidad y mantenerse en constante creación. “No puedes parar ni un segundo, porque al final el internet es muy rápido. Si no estás posicionado, puedes desaparecer o no aparecerles a las personas”, dijo Paola en entrevista para 360º UDEM.





Los *influencers* se convirtieron en la meta profesional de millones de jóvenes. Sin embargo, Paola alerta de que lo que se ve en realidad no es ni tan fácil como parece ni tan glamoroso como se ofrece: “Ser *influencer* o creador de contenido va mucho más allá de lo que se ve, el trabajo detrás de eso es muy potente y pesado”, delata la joven. Sin embargo, gracias a su fama en redes sociales, pudo emprender en otras plataformas y negocios: hace un año abrió un gimnasio junto con dos amigas y lanzó la plataforma PZ Love Yourself para empoderar a las mujeres en el mundo.

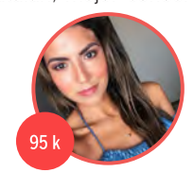


Ser *influencer* no es un fin en sí mismo, sino la plataforma que permite crear otros proyectos.

Al igual que Paola, @rominasacre (89 mil seguidores) emprendió una plataforma que publica información sobre el entrenamiento y cuidado para *dog lovers*. Su actividad en redes sociales e internet, que empezó hace casi 10 años con un blog llamado Púrpura, le permitió crecer proyectos paralelos y ahora es una de las figuras mexicanas más imponentes de internet.

Ella es parte de una primera generación que salió de blogs o de Vine, la plataforma de videos ya extinta. Con el paso de los años (o de las horas, todo es muy rápido), la segmentación y publicidad de las marcas han variado y han evolucionado la forma en cómo manejan a sus “embajadores” en redes sociales: los llamados *nanoinfluencers* o *microinfluencers* se caracterizan por un alto *engagement* con sus seguidores a pesar de no ser miles.

De acuerdo con Ana Laura Catalán, mejor conocida como @anniecatalan (98 mil seguidores), el negocio ha cambiado en los últimos seis años. “Cuando yo empecé, todo tenía producción. Ahora, ni las mismas marcas tienen claro a quién escoger: al principio pensaban que solo se trataba de vender, y no siempre es así. Puede ser que la estrategia sea enseñarles a los seguidores cómo usar cierto producto, lo cual no es un canal de venta”, advirtió en entrevista.



Tras concluir su participación como columnista en la revista *InStyle*, Annie, de 31 años, decidió ser *influencer* de lleno —aunque asegura no sentirse cómoda con este término—. “La gente piensa que solo es ir a eventos y que te regalen cosas, pero implica mucha más disciplina de lo que se imaginan”, confiesa la joven amante de la moda. Desde que inició, siempre tuvo en mente monetizar su contenido, pero asegura que la forma de hacerlo ha cambiado. “Antes lo que más me funcionaba eran las fotos, pero ya no: ya es más real y lo que es más accesible para la gente”.

Los *influencers* fungen como los nuevos *role models*, figuras que presumían ser inalcanzables. La diferencia es que ahora ya lo son. Para Annie, en el mundo de la moda, pasaron de las pasarelas a las calles.

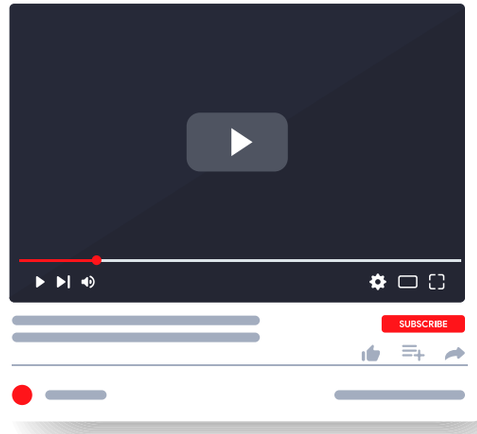
***SELF-MADE*: UN NUEVO ESTILO DE VIDA SIN FILTRO**

Uno de los fenómenos de contenido que rompió esquemas en el mercado de la comedia política en América Latina es *El pulso de la República*, conducido por Chumel Torres y escrito por Alberto Sánchez. Saltó de un canal de YouTube (a la fecha con 2.5 millones de suscriptores) a HBO y ha llegado a tener menciones en medios a nivel internacional como en *The Guardian* y BBC, con todo y entrevistas a sus creadores.

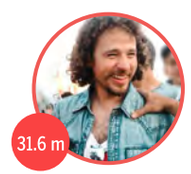
Las redes sociales cambiaron la idea de tener que "escalar" en el mundo profesional para finalmente lograr tus objetivos, o estar en lugares que nunca imaginaste con tan poca edad. Alberto nació en 1990 y afirmó en entrevista para *Esquire* que su generación "es uno de los pokemones inatrapables para muchos sectores muy importantes del poder —y que, por cierto, no saben qué es un Pokémon—, entre ellos el empresarial, el publicitario y, sobre todo, el político".

Cuando Alberto y Chumel comenzaron a idear *El pulso de la República*, nada estaba escrito ni estudiado. Todo era prueba y error. Las redes sociales les permitieron experimentar y construir desde cero lo que querían hacer. Claro que, también, todo se puede derrumbar en unos días.

La autorregulación de las redes sociales ha generado la desesperación de *influencers* que lograron hacer de sus cuentas un suculento negocio. Por ejemplo, tras recibir varias denuncias por "contenido explícito", Instagram borró la cuenta de Jessy Taylor (100 mil seguidores). Taylor, de 21 años, publicó un video en el que, llorando, le reclamó a todos aquellos que la denunciaron y que consideraran el daño que le habían hecho. "Mi cuenta me sacó de trabajar en McDonald's y de ser una prostituta", explica en el video que se viralizó el año pasado.



Pero, así como hay *haters*, hay muchos (y muchos más) fans —y los *influencers* no existirían sin ellos—. Pueden llegar a tener tantos seguidores como los artistas, actrices o cantantes a nivel mundial. Tantos, que pueden rozar en el hostigamiento... como le sucedió a Luisito Comunica, el famoso youtuber mexicano (31.6 millones de suscriptores en su canal), quien tuvo que poner un alto a sus fans al llegar a España. Al darse cuenta de que no le iban a permitir dormir por los gritos que se escuchaban afuera de su hotel, salió un poco malhumorado y accedió a tomarse *selfies* con ellos. Sin embargo, el mismo Luisito, dos años antes, subió a su canal un video de casi 15 minutos en el que agradecía a sus fans por los regalos (playeras de futbol) que le habían enviado a su hotel en Paraguay.



Los fans crean a los *influencers*, les dan validez y generan lazos de comunidad que, si no fuera por ellos, sería más difícil construir. Es por ello que esta figura relativamente nueva aglutina a usuarios con intereses similares y hace crecer el deseo de intercambiar experiencias y dudas, gracias a las redes que generan un sentido de comunidad.

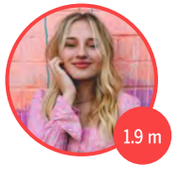
PROFESIONALICEMOS ESTE NUEVO FENÓMENO

Las figuras de los *influencers* han revolucionado la forma en cómo se mueve el mundo de la economía, la mercadotecnia, el de las relaciones públicas y el de los flujos informativos.

Aunque la autorregulación puede tener el lado positivo de crear tu propio contenido y generar tus propios espacios de expresión, también existe un lado peligrosamente negativo por no contar con ningún tipo de filtro de calidad. Al principio de la crisis por el Coronavirus, cuando nadie sabía lo que nos esperaba, varios *influencers* publicaron información falsa sobre qué generaba este virus y cómo se podía evitar. La concursante del *reality show The Bachelor,* Krystal Nielson (más de 600 mil seguidores) sugirió que un "detox" podría protegerte de contraer el virus.

Buzzfeed News desmintió a Nielson al publicar información certera sobre el tratamiento, citando al centro de enfermedades de Estados Unidos. De esta manera, quedó clara la creciente necesidad de profesionalizar y preparar a quienes deciden ser *influencers* para que no difundan *fake news*.

La Universidad del Sur de California (USC) lanzó recientemente un curso sobre relaciones de *influencers* que analiza las nuevas reglas en el ecosistema de relaciones públicas. Los estudiantes de esta universidad californiana han pedido, en reiteradas ocasiones, un sustento académico hacia esta industria que está en crecimiento. Desde el verano pasado, el profesor de comunicación y periodismo Robert Kozinets se convirtió en titular de esta pertinente profesionalización de seis meses, la primera en su tipo enfocada a la industria de *influencers*. Cosette Rinab, @cosette (1.9 millones de seguidores), quien es una de las principales caras de TikTok, fue alumna de Kozinets y asegura que ya empieza a aplicar lo aprendido en esta especialización.



Una de las materias que se imparten en el curso es cómo abordar temas en situaciones de crisis... y esto puede hacer la diferencia en la reputación de un *influencer*: en marzo pasado, en plena contingencia por la pandemia del Coronavirus, @eljuanpazurita cumplió 24 años y, para celebrarlo, organizó un *sketch* con su familia, en el que se disfrazaron como el personal de los servicios de salud que atendieron a pacientes graves por contagio. Además, Zurita subió una foto con un pastel de tres pisos en forma de virus. Algunos de sus fans destacaron la creatividad y la forma distinta de recrear el encierro; otros usuarios, en cambio, criticaron fuertemente la celebración del cumpleañero en medio de una crisis sanitaria global.

¿Hasta dónde está el límite de la creatividad cuando miles de vidas están en riesgo? La vida de un *influencer* no es el glamour que vemos en sus videos y fotografías, es la presión que conlleva exponer tu día a día y cometer errores que pueden ser severamente criticados.

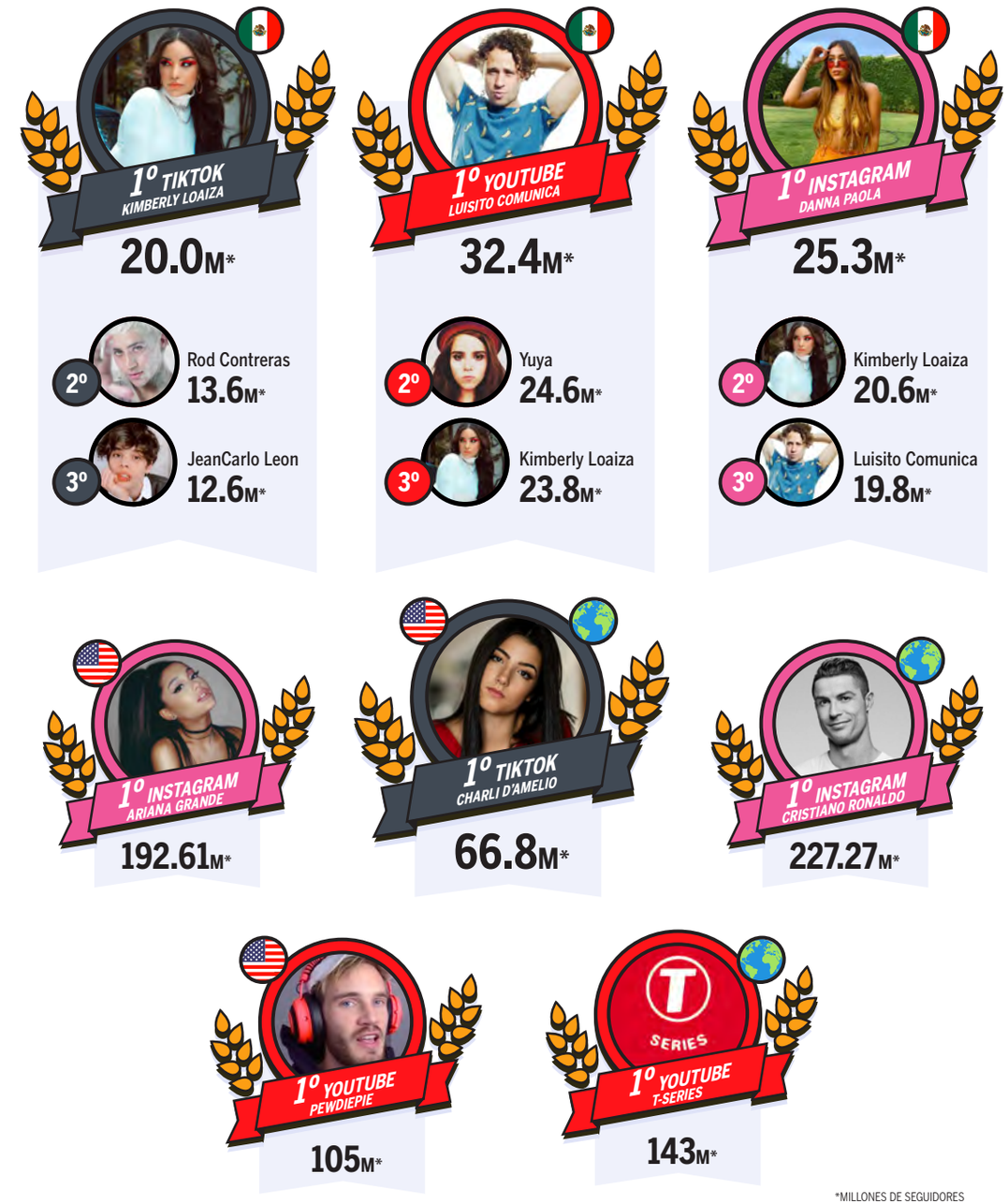
Al ver a las dos adolescentes que se tomaban obsesivamente fotos en Machu Picchu, pensé en lo desgastante que podría llegar a ser la vida de un *influencer*. Entregas tu tiempo y espacio a tus seguidores porque te la pasas pensando en cómo posar, grabar y publicar, al mismo tiempo que lidias con sentimientos de incertidumbre porque no sabes si lo que estás haciendo será criticado y pierdas en unas horas lo que te costó construir durante años.

Pero también, al ver a las chicas posando en una de las siete maravillas del mundo, pensé en lo emocionante que es tener una red robusta de *followers* que te admiran y que siguen todos tus recorridos.

PORQUE, ACEPTÉMOSLO: EN EL FONDO TODOS QUEREMOS SER *INFLUENCERS.*

INFLUENCERS: LOS NÚMEROS MANDAN

POR: PATRICIO CARREÑO AGUILAR



*MILLONES DE SEGUIDORES

NORTE

POR: DANIEL ALMEIDA

CUANDO DICEN “COMO MÉXICO NO HAY OTRO”, ¿A CUÁL DE TODOS LOS MÉXICOS SE REFIEREN? CON SU PORTENTOSO TRABAJO FOTOGRÁFICO, DANIEL ALMEIDA BUSCA LA IDENTIDAD DE UNO DE ESOS MÉXICOS, EL DEL NORTE —DESDE TIJUANA HASTA MATAMOROS—, COMO PUENTE DE DIÁLOGO CON OTRAS REGIONES QUE TAMBIÉN SE HACEN LLAMAR MÉXICO.

Cuando escucho decir “como México no hay ninguno” me pregunto a cuál México se estarán refiriendo. Durante toda mi vida, México me ha resultado una masa moldeable. A muy temprana edad pensaba que todos los niños en el mundo iban por tortillas a la hora de la comida, la frontera me daba la impresión de los otros que viven del “otro lado” y nosotros que vivimos de este, y cruzar la frontera me daba la impresión de la otredad sin voltear a ver mi construcción de México.

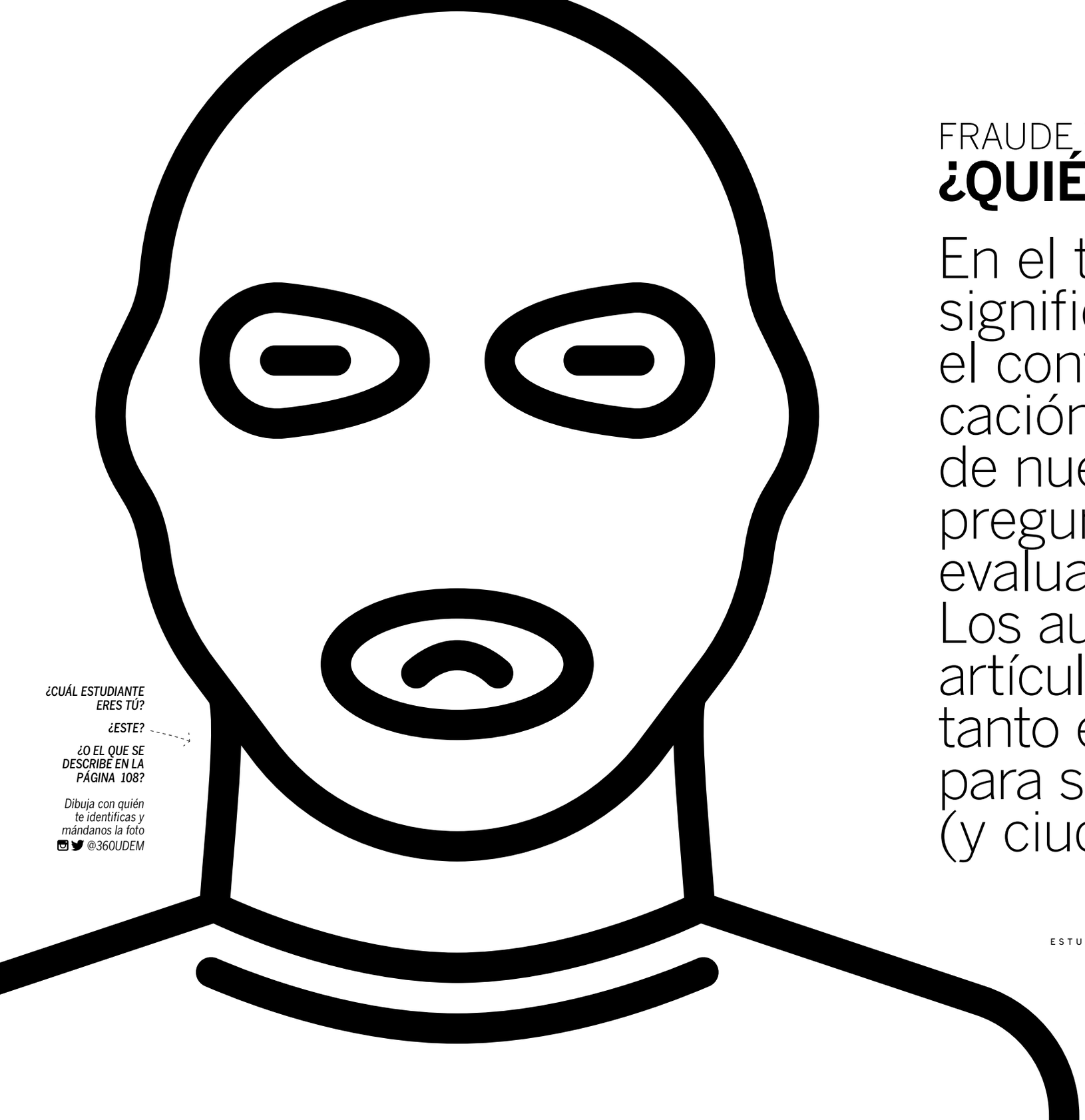
En el norte, la frontera está presente constantemente. Mi papá nació en Los Ángeles, mi familia vive en ambos lados, y pienso que mi trabajo tiene la herencia de buscar los límites dentro de la imagen y el lenguaje. Vivir en la Ciudad de México me hizo reconocerme con una cultura que vive en otra geografía y que ha construido sus propias estructuras sociales en un largo periodo, como para verse reflejadas en la cultura absoluta mexicana. Parece que las particularidades se van acentuando en todos los rincones de la vida: la carne asada, sentirme bichi, la banda, las botas, el cinto piteado.

La primera vez que viajé a la Ciudad de México fue sorprendente. Para ser honesto, en aquel entonces, con nueve años y un lenguaje poco maduro, todo me parecía muy prehispánico y místico. Ir más al sur, como a la península, me hizo reconsiderar vivir en la creencia infundada del país mestizo. Somos un país multirracial donde existimos blancos, mestizos, negros, wixárikas, mayas, rarámuris, criollos, entre muchos otros.

NORTE muestra una región que fue contenida por sus montañas y sus ecosistemas, que desarrolló un lenguaje y una iconografía propia, que representa a varias sociedades de una región particular y que guardan ciertas similitudes. En el norte somos más que una sociedad perpetrada por el narcotráfico: somos gente directa, que dice las cosas al tiro, que habla de usted y que ha conquistado espacios hostiles.

DANIEL ALMEIDA

Nació en Tepic, Nayarit. Actual seminarista del Centro de la Imagen (CDMX) y egresado de la Universidad Iberoamericana, campus Santa Fe. Su trabajo gira en torno a la imagen digital que explora mediante programación, diseño y fotografía. Su última participación fue en Re-constructo, *en Zuecca Project Space, dentro del marco de la Bienal de Arquitectura de Venecia. Actualmente trabaja en Periférico, un estudio de diseño digital.*



¿CUÁL ESTUDIANTE ERES TÚ?

¿ESTE?

¿O EL QUE SE DESCRIBE EN LA PÁGINA 108?

Dibuja con quién te identificas y mándanos la foto @360UDEM

FRAUDE Y PLAGIO UNIVERSITARIO:

¿QUIÉN ERES REALMENTE?

En el terremoto que significaron el Coronavirus, el confinamiento y la educación a distancia, se puso de nuevo sobre la mesa la pregunta: "¿Cómo van a evaluarnos los profesores?". Los autores de este artículo cuestionan qué tanto es tantito y nos guían para ser mejores estudiantes (y ciudadanos).

POR: MARGOT GUERRERO MATA

ESTUDIA 3.ER SEMESTRE DE INGENIERO INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS

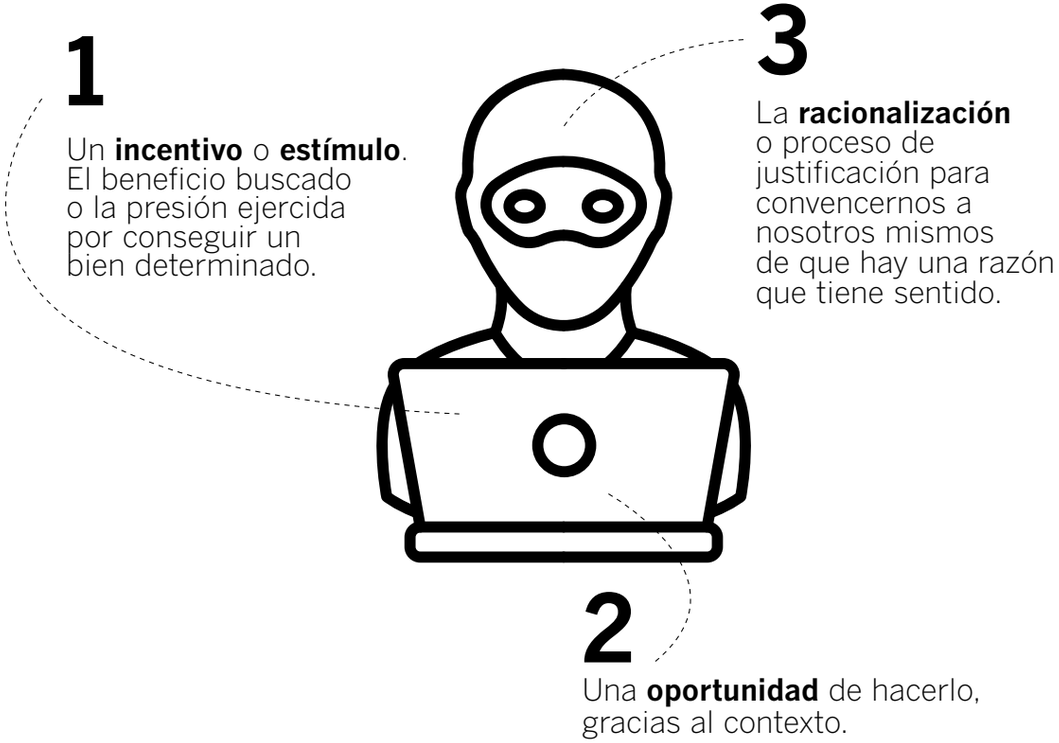
Y JEAN GUERRERO DIB

DIRECTOR DEL CENTRO DE INTEGRIDAD UDEM

Quizás a estas alturas nos resulta cansado leer sobre la pandemia o la "nueva normalidad", pero es inevitable hacerlo, ya que forma parte de nuestra realidad actual. Esa misma realidad es la que nos obligó a migrar a la educación *online* y estudiantes y profesores hicimos un esfuerzo muy importante por adaptarnos y lograr —en un tiempo récord— reestablecer el proceso de enseñanza-aprendizaje en un entorno virtual. En todo este movimiento, uno de los aspectos más relevantes que se puso de nuevo sobre la mesa es la evaluación.

La modalidad de educación a distancia obstaculiza, entre otras cosas, que los profesores se aseguren de que, quien entrega un trabajo o quien presenta un examen, sea quien dice ser.

El Triángulo del fraude, del reconocido criminólogo Donald R. Cressey, explica que existen tres factores para que un fraude o trampa se materialice:



En *The Honest Truth about Dishonesty* (2013), Dan Ariely explica puntualmente el Modelo simple de crimen racional, en el que sostiene que los delincuentes hacen un análisis de costo-beneficio antes de cometer un crimen: los beneficios que pueden conseguir, los posibles costos (es decir, la severidad de las posibles consecuencias) y la probabilidad de ser descubiertos (la efectividad de los mecanismos de vigilancia o control).

La educación a distancia es un escenario perfecto para el Triángulo del fraude y para aplicar el modelo de Ariely. Desde luego, la comunidad universitaria no está compuesta por criminales ni por gente fraudulenta, sino por personas talentosas interesadas en aprender.

Si es más fácil hacer trampa en la educación en línea porque nadie nos vigila, ¿qué nos queda por hacer? La integridad es la clave. Si actuamos diferente cuando alguien nos ve o cuando estamos solos, ¿quiénes somos realmente? ¿Qué tanto es tantito? Dan Ariely comenta también en su libro sobre el concepto de "pendiente resbaladiza", en el que hace referencia al fenómeno de que una falta menor nos lleva luego a cometer faltas mayores. Y si bien un error no nos define, nuestros actos hablan por nosotros.

LA HONESTIDAD SE CONSTRUYE EN COMUNIDAD

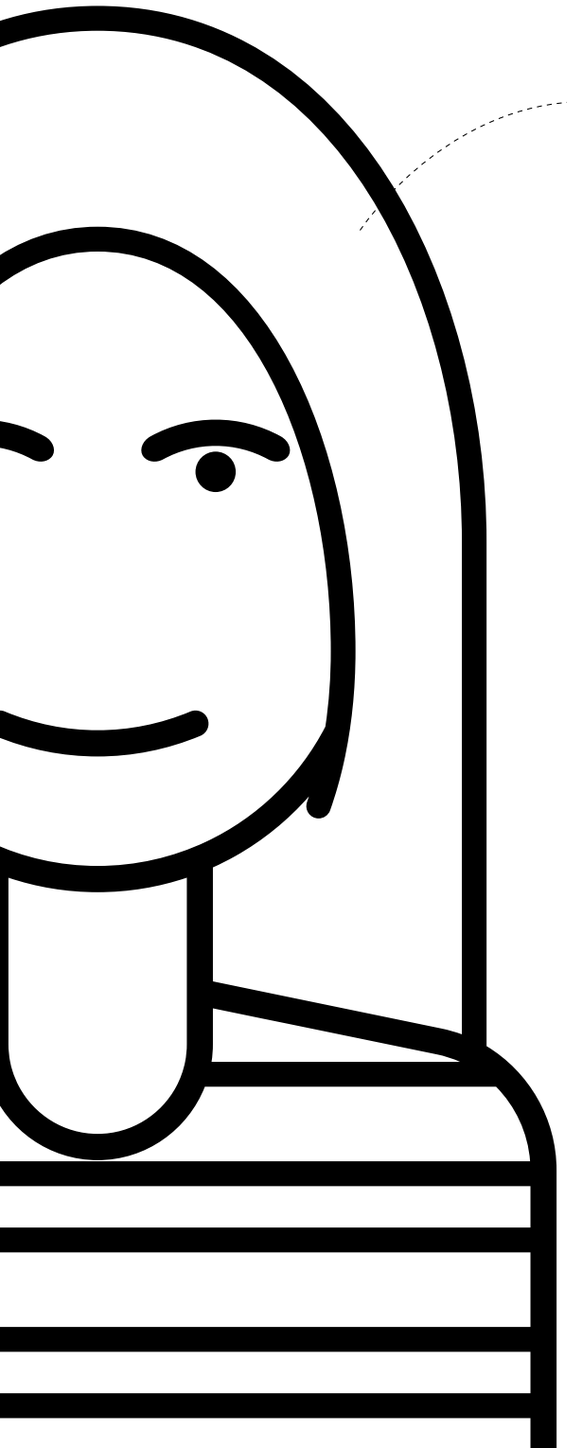
Gábor Orosz, doctor en psicología por la Universidad de Reims (Francia), identificó —junto con otros académicos— una fuerte relación entre el índice de copia en exámenes (a confesión expresa de los alumnos) y el nivel de corrupción en el país. En el artículo académico "Linking Cheating in School and Corruption", publicado en la revista *European Review of Applied Psychology* (2018), utilizaron datos de 40 países; los resultados también apoyaron la evidencia de una fuerte relación entre el engaño académico en conjunto y el PIB per cápita.

A esto, Ariely coincide y argumenta que una de las principales causas de la deshonestidad académica es el comportamiento percibido de deshonestidad de nuestros pares: si percibimos que los demás hacen trampa, es más probable que nosotros también la cometamos. Lo bueno es que también funciona de manera inversa: si pensamos y percibimos que los demás rechazan la deshonestidad y actúan con integridad, también lo haremos nosotros. Si nuestra ética está ligada al comportamiento ético de los demás y viceversa, entonces tenemos una responsabilidad enorme con nuestros compañeros y la comunidad.

> "Integridad es hacer lo correcto, incluso cuando nadie te está viendo".
>
> *-C. S. Lewis*

Un pequeño paso es el inicio de un maratón

¿Qué puedes hacer? Estas son 10 razones para actuar con integridad del International Center for Academic Integrity, que hemos adaptado para que puedas seguirlas.



Si somos honestos y transparentes en nuestros trabajos, tareas, ensayos y entregas:

1. Conservaremos una tranquilidad inquebrantable y no tendremos que preocuparnos de que nos sorprendan con algún plagio, fraude o trampa académica.

2. Mantendremos la relación de confianza con nuestros profesores.

3. No desperdiciaremos dinero (o el de nuestros padres) en colegiaturas y, por lo tanto, no tendremos que dar explicaciones sobre cómo malgastamos el dinero.

4. No pasaremos vergüenza frente a nuestros compañeros. Ellos, como tú, quieren justicia y no aprecian la deshonestidad.

5. No perderemos el tiempo con trabajos plagiados de sitios web de dudosa procedencia, ni desperdiciaremos energía copiando respuestas de nuestros compañeros.

6. No tendremos consecuencias indeseadas. La deshonestidad no es juego y nadie quiere una marca de "deshonestidad académica" en su expediente, ni ser expulsado de la universidad. No permitas que una mala decisión afecte tu futuro.

7. Le daremos más valor a nuestros títulos profesionales porque son "bien merecidos".

8. No perderemos empleabilidad por tener una preparación profesional deficiente, al no saber lo que debimos haber aprendido en la universidad.

9. Desarrollaremos hábitos de esfuerzo y trabajo bien hecho que nos servirán para el futuro.

10. Aprenderemos más y mejor.

TIENDA UDEM

Visita la Tienda UDEM en línea.

¡Tus productos favoritos en la puerta de tu casa!

tiendaudem@udem.edu.mx
(81) 8215 1000
Exts. 4192 y 1668

udem.edu.mx/tiendaudem

BIENVENIDO AL TECHO DE ÁFRICA

Gabriel Delgado, orgulloso ExaUDEM, lo logró: llegó a la cumbre del Kilimanjaro, el punto más alto de África. Esta es una crónica, narrada por el mismo Gabriel, de cómo cocinó, empezó y cumplió su sueño… y qué sigue.

POR: GABRIEL DELGADO RUIZ VELASCO
ExaUDEM IMA'12 Y PROFESOR UDEM

¿Qué demonios estás haciendo aquí, Gabriel? Podrías estar descansando en tu casa o en un hotel en Cancún. ¿Por qué pagaste para esto? Son preguntas enemigas que asaltan mi cabeza. Pero, de repente, a mis pies, veo diamantes: la fina arena volcánica, combinada con el hielo, logra ese efecto entre mis botas. *Ya andas alucinando, Gabriel.* La temperatura es de -15 ºC. No hay plantas, mucho menos animales. El viento congela todo y el frío se mete hasta por debajo de las uñas, a pesar de los guantes. Los huesos duelen y la mente carbura en reversa. Los segundos parecen días. Y, caray, todavía faltan dos horas para llegar a la cumbre. Fijo mi mirada en el horizonte y veo cómo la Luna ilumina a Mawenzi, la montaña hermana. "Fuerza y coraje", le pido. "Fuerza y coraje" es lo mismo que pedía hace nueve años, en Chipinque, cuando nació mi sueño por escalar la montaña más alta de África. El Gabriel de 29 años ve al Gabriel de 20 y le dice: "Órale, lo lograste. Estás en la cima del Kilimanjaro".

@gabo_delgado_

FOTOS: GABRIEL DELGADO RUIZ VELASCO

EMPECÉ A INVESTIGAR LOS PRINCIPALES RETOS QUE UN ALPINISTA TIENE EN SU VIDA Y ASÍ CONOCÍ EL PROYECTO DE LAS SIETE CUMBRES, DE DICK BASS Y FRANK WELLS: LLEGAR AL PUNTO MÁS ALTO DE CADA CONTINENTE. ME OBSESIONÉ CON ESE PLAN.

70 AÑOS Y SIETE MONTAÑAS

Soy de Monterrey y, al igual que muchos de ustedes, crecí imaginando cómo sería la vista desde la punta de las montañas regias. Con mi abuelo, padrino y amigos, he escalado varias veces y disfrutado tantas más la naturaleza mexicana.

En la UDEM tuve la oportunidad de ser parte del equipo de Facilitador Estudiantil del Centro Lánzate y, debo admitir, ese lugar fue la inspiración que me llevó a soñar con grandes montañas: no solo por la capacitación que recibí, sino también por las fotos de las expediciones de mi maestra Ivett que me hicieron creer que todo era posible.

Recuerdo muy bien una de las tantas veces que me aventuré por Chipinque con mis compañeros de Lánzate. Subimos las escurridizas veredas del parque ecológico entre risas y caídas, en donde la última sección, antes de llegar a la "M" (la cual sería mi primera cumbre en mi ciudad natal), te obliga a escalar entre piedras gigantes que se estiran hacia el cielo como navajas de roca, para llegar a una impresionante ventana: de ahí puedes ver gran parte de la Sierra Madre Occidental. ¡No se imaginan mi emoción por ver eso! Sentí cómo mi alma crecía ante el asombro de la sierra infinita. Ese día, todo cambió para siempre: era el inicio de mi vida como un apasionado de las montañas.

Pasaron los años y seguí metido en el montañismo, con capacitación de cuerdas, manejo de grupos, primeros auxilios y varias caminatas exitosas. Comencé a soñar con proyectos más grandes: *Gabriel, tal vez algún día puedas subir uno de los volcanes de México, recrear la hazaña de tu papá de subir el Cofre de Perote, venga, Gabriel, por supuesto que sí*.

Pero, como buen inquieto y con ganas de aprender otras cosas, me fui a Canadá a estudiar una maestría en Ingeniería especializada en energía sustentable, pero no paraba de pensar en montañas: empecé a investigar los principales retos que un alpinista tiene en su vida y ¡*voilá*! Conocí el proyecto de Las siete cumbres, de los alpinistas Dick Bass y Frank Wells: llegar al punto más alto de cada continente. Me obsesioné con este proyecto, pasaba horas leyendo e investigando acerca de este hito ¡al grado de que casi repruebo varias materias! La idea estaba clara: antes de cumplir 70 años, subiré las siete cumbres.

Dos años después regresé a Monterrey y, obvio, volví a mi pasión. Primero fijé mi atención sobre las montañas de Arteaga, Coahuila. Muchas de estas tienen alturas de 3,500 msnm*: un paseo casual para muchos montañistas, pero para mí era el primer paso de mi plan. No les quiero platicar mucho salvo que, una vez superado el episodio coahuilense, seguían tres volcanes mexicanos (Iztaccíhuatl, Pico de Orizaba y Nevado de Toluca) en octubre, noviembre y diciembre de 2016.

En esta aventura nacional experimenté los viejos conocidos, aunque nuevos enemigos para mí: mal de altura, dolor de cabeza, insomnio, náusea, mareo. Enemigos, sí, pero al fin de cuentas compañeros de montaña, como huéspedes no deseados en tu sala.

*Metros sobre el nivel del mar

Me sentí listo: conquisté los puntos más altos de mi país y supe que era el momento de las siete cumbres: Everest, Aconcagua, Denali, Kilimanjaro, Monte Elbrus, Monte Vinson y Puncak Jaya.

EL DINOSAURIO DORMIDO

Kilimanjaro fue la cumbre ganadora para dar el primer paso. Toda la vida me ha fascinado África (¿a quién no?) y era la posibilidad de admirar los animales que tantas veces vi en documentales de National Geographic, escuchar cantar a la gente local —algo que mi hermana me presumió tantas veces durante sus misiones en Kenia— y apreciar los atardeceres en la sabana africana. Básicamente, la montaña de Tanzania me llamó.

Tres años después, varios cursos, múltiples ascensos a los volcanes mexicanos, vacunas por aquí y por allá, deudas que tardaré meses (espero) en pagar, un corazón lleno de adrenalina y mi mente enfocada en "el Kili" que, ¡oh, sorpresa! Lo puedo ver desde el otro lado de mi ventana, escondido, entre las nubes, como un brontosaurio descansando. "Hola, soy Alen. Seré tu guía en la montaña", me dice un señor tanzano, de 35 años, alto y más flaco que un adolescente, mientras arreglo mis cosas en la maleta. Ha liderado decenas de expediciones y muchas, aunque no todas, terminan en la cumbre. Me comenta que muchos guías suben hasta tres veces por mes y se alimentan solo de ugali, una masa de harina que, en ocasiones, mezclan con verduras.

Esa noche, trato de dormir, pero a las 5:00 AM me despiertan los rezos de la mezquita. *Vaya, esto no te lo esperabas, Gabo*. Me siento en la cama a disfrutar de las oraciones, una experiencia espiritual que retiembla en mi existencia. Observo cómo Moshi, la ciudad en la que me encuentro, comienza a cobrar vida: cristianos, musulmanes, agnósticos, africanos y foráneos despertamos pacíficamente con el canto del Corán sin importar nuestras creencias.

A las 8:00 AM llegó el carro que nos llevaría a mí, a Alen y a Gideon —el encargado de la comida y también parte de mi equipo— a la entrada del Parque Nacional del Kilimanjaro. Decidí hacer la ruta "Machame" (45 kilómetros en total), en la modalidad de seis días y cinco noches, una de las más tradicionales para subir al "techo de África". Consiste en caminar cuatro días hasta la cumbre y uno de regreso, entre cuatro ecosistemas diferentes y con 4,000 metros verticales. Varios monos azules nos dieron la bienvenida con emoción (¡se intentaron robar mi desayuno y el de los otros alpinistas que provenían de todos los rincones del mundo!) y también ▷

nos recibió nuestro primer obstáculo: tuvimos unos problemas con los permisos y pudimos entrar hasta las 4:00 PM, cuando todos los otros grupos ya nos llevaban varios kilómetros de ventaja. Para cumplir el objetivo del primer día, teníamos que alcanzar a las otras expediciones, así que Alen y yo recorrimos 10 kilómetros de puro bosque tropical para subir de 1,800 msnm a 3,200 msnm. Recuerdo que, mientras el atardecer dibujaba sombras entre los troncos de los árboles, Alen y yo compartimos las historias de nuestras vidas, las culturas de nuestros países, así como sus explicaciones sobre la ruta y los retos que vendrían en los siguientes días.

Llegamos al campamento y, a los que íbamos retrasados, nos permitieron dormir en la cabaña de los guardabosques, ya que nuestros porteadores —las personas encargadas de ayudar a subir el equipo durante la expedición— aún no llegaban al campamento con nuestras casas de campaña. Lo bueno es que llegamos a la hora de la cena que, no es por presumir, pero fue espectacular, ya que en las montañas estaba acostumbrado a comer atún en lata, sopas de sobre y barras de granola: nos dieron pasta con verduras, piezas de pollo y un litro de sopa de papa —soy un amante de las sopas...y del pollo—. Antes de dormir en una litera donde apenas cabía, Alen me cuenta sobre cómo él y su familia casi mueren de malaria unos años antes y no puedo evitar sentir gratitud por la salud que he gozado durante gran parte de mi vida.

LOS DÍAS Y LOS KILÓMETROS

A la mañana siguiente, mientras me tomo una taza de té y escucho a un grupo de guías que cantan en suajili, comienzo a observar cómo las nubes empiezan a desaparecer y por primera vez la veo, "¡Mira! ¡La cumbre!". Admiro el cono del cráter, coronado por el gran glaciar que cubre la montaña como un velo blanco. De la emoción, sin querer, pateé mi taza de té

"¡MIRA! ¡LA CUMBRE!". ADMIRO EL CONO DEL CRÁTER, CORONADO POR EL GRAN GLACIAR QUE CUBRE LA MONTAÑA COMO UN VELO BLANCO. NO PUEDO QUITARLE LA VISTA DE ENCIMA Y, CLARO, EMPIEZO A LLORAR: AÑOS DE PLANEACIÓN, SUEÑOS, CURSOS, AHORRO, SUDOR, SANGRE.

y se fue por unos escalones abajo. No puedo quitarle la vista de encima y, claro, empiezo a llorar: años de planeación, sueños, cursos, ahorro, sudor, sangre. "¿Estás listo, Gabriel?", me pregunta Alen, pero ya tenía la mochila sobre mis hombros, era obvio que estaba listo. Antes de salir, tuve que darle 10,000 chelines (100 pesos) a los guardabosques y agradecerles por dejarme dormir en su cabaña.

DÍA 2: 10 kilómetros y un ascenso de 500 msnm. Dejamos atrás el bosque tropical que se escondía bajo las nubes, y entramos al páramo, donde pequeños arbustos y un terreno árido son el común denominador. Llegamos al campamento pocas horas antes de la cena y moría por echarme en mi *sleeping*. Ya estaba a punto de caer dormido cuando llegó Gideon con un litro de sopa de verduras. *Gabriel, estás en el cielo de la comida*.

DÍA 3: Hacemos la caminata hacia la torre de lava y descendemos hacia el campamento de Barranco. Es una caminata que me recuerda al Nevado de Toluca por las distancias y los desniveles. Las formaciones de roca volcánica son inmensas, casi como si caminaras entre edificios de lava sólida. En ocasiones se asoman pequeñas rocas de obsidiana entre la arena rojiza que se mueve bajo mis botas y brillan en tonos verdes y azules, como las escamas de un pez. Llegamos al campamento y apunto mi nombre en el libro de registro. Veo que, hace dos meses, cuatro mexicanos estuvieron ahí: *Vaya, Gabriel, no eres el único. Y mira, no están los nombres de varios alpinistas que comenzaron contigo*. "Tuvieron que abandonar la expedición", me dice el guardabosques.

DÍA 4: Debemos subir nuevamente a 4,600 msnm por la pared de Barranco, con una inigualable vista a las faldas del volcán. Camino y veo a los porteadores con todo nuestro equipo, en sacos de lona sobre su cabeza que pesan casi 20 kilos. Son los verdaderos héroes: sin ellos, ninguno aquí podría lograr su misión. Entre mis pensamientos y la belleza de los paisajes, nos agarra la lluvia, pero logramos llegar al campamento. Este fue el día más pesado de todos, no solo porque llevamos cuatros días de camino recorrido, sino porque, cada vez, la altura es mayor. Es difícil dormir, también. Las personas que han dormido por encima de los 4,000 msnm sabrán lo complicado que es conciliar el sueño en estas circunstancias: tu cuerpo está tratando de compensar la falta de oxígeno y crea más glóbulos rojos; los síntomas de mal de montaña pueden comenzar a presentarse; las náuseas están a la vuelta de la esquina... por fortuna (y buen entrenamiento), no he sucumbido a ninguno de ellos, ni siquiera al irritante dolor de cabeza que suele acompañarme en estas situaciones.

UNA BANDERA DE SUPERHÉROE

Llegó el día, el que tanto esperamos. Alen, en su afán de gran guía, me dice que nos despertaremos a la medianoche y empezaremos a caminar a la 1:00 AM. Gideon, por su lado —y fiel a su costumbre—, llega con un litro de té, pasta con atún y una gran olla de sopa de maíz. No puedo dormir bien, la emoción me gana... y tengo que ir al baño. Apenas salgo de mi casa de campaña, me empapo con una infinidad de estrellas de un cielo negro y absolutamente despejado. Como gotitas de pintura en lienzo oscuro. Al fondo, escucho a varios alpinistas sufrir por mal de altura —algunos vomitan, otros agonizan en sus camas—. Vuelvo a mi *sleeping*, aunque el sueño no era mi mejor amigo esa noche...

FOTOS: GABRIEL DELGADO RUIZ VELASCO

pero Gideon sí: al momento que suena mi alarma para empezar el día más importante de mi vida, se aparece con té y galletitas, mi alimento para las próximas 11 horas. Tal vez era algo simple, pero Gideon me hacía sentir que estaba hospedado en un Ritz-Carlton.

Comenzamos el ascenso en absoluta oscuridad: cinco kilómetros y 1,300 metros verticales yacen entre nosotros y la cumbre. Esta vez, Alen y yo no hablamos mucho y nos concentramos en avanzar. A lo lejos, como pequeñas luciérnagas, puedo ver las luces de los otros grupos de alpinistas que comenzaron su caminata antes que nosotros. Mi mente da vueltas entre dudas, emoción, felicidad, miedo e incertidumbre. Siento cómo mi estómago va pegado a la espalda.

Son las 6:30 AM, me duelen las costillas y dar un paso resulta una hazaña legendaria. Comienzo a ver el borde del cráter. Los primeros rayos del amanecer bañan mi cuerpo cansado y, como si hubiera dormido 15 horas seguidas, me recargo con energía del sol, que ahora sale detrás de Mawenzi. El sol es como una súper batería sobre mi espíritu. A pesar de la recarga, saco de mi bolsa media barra de granola y la devoro de dos mordidas, no vaya a ser. Veo cómo algunos alpinistas comienzan su descenso sin poder llegar a la cumbre, algunos de ellos muy deteriorados.

De pronto, estoy parado sobre la orilla del cráter del Kilimanjaro, rodeado de muros de hielo de más de cinco metros de altura que conforman el glaciar. Este lugar es conocido como Stella Point y puedes apreciar el cráter del volcán, el cual tiene un diámetro de más de un kilómetro. En este punto, muchos alpinistas descansan: lo que sigue del ascenso, a pesar de ser solamente 150 metros verticales y 800 horizontales, te toma 30 minutos en lograrlo. Alen me pregunta si quiero descansar. “Descanso cuando baje”, le digo. “Desde ayer sabía que llegarías a la cumbre”, me responde con una sonrisa.

En los siguientes 30 minutos, varios alpinistas yacen en el piso, como heridos de guerra, vomitando, sufriendo por el mal de montaña, inconscientes. Mientras, otros nos pasan a Alen y a mí con gran felicidad, como si estuvieran caminando por la Macroplaza. “Siento como si me hubiera tomado 10 cervezas”, le digo, balbuceando, a Alen. “Yo siento como si me hubiera tomado 20”, me contesta.

Y ahí estaba: el letrero de la cumbre a 200 metros, no, menos, a 100, las lágrimas comienzan a correr por mi cara, saco mi bandera de México de mi mochila y la cuelgo sobre mi espalda colocándola como una capa de superhéroe, todo el peso de México no está sobre mí, sino que todo México me impulsa a llegar a mi destino: *Gabriel, lo lograste, lo lograste, todo lo que sucedió, los muchos años, los maestros, sus enseñanzas, mi familia, mis amigos, Gabriel, las caídas, las levantadas, la “M”, los volcanes, el letrero de la cumbre del Kilimanjaro, ¡el letrero!*

Bienvenido al techo de África. Pongo mi mano sobre el letrero y veo mi bandera de México. Es el mejor día de mi vida… y no paro de llorar y sonreír. Volteo a ver a Alen que también sonríe. No dice nada, no tiene que decir nada para hacerme sentir orgulloso de tan importante aventura. Me siento bendecido por tenerlo a mi lado. Gracias, Alen, hermano de montaña. *Sin él, Gabo, no estarías aquí, sintiéndote un gigante. Todo valió la pena.*

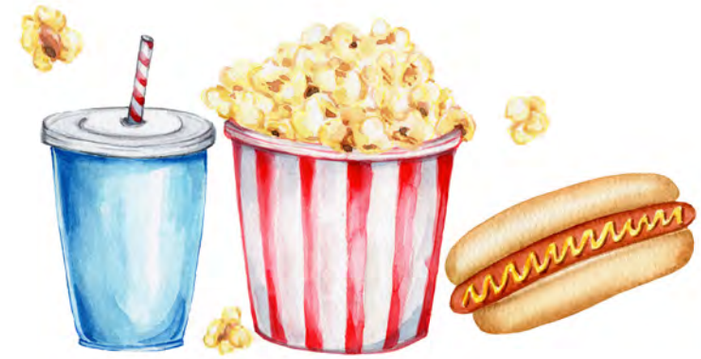
Siempre he sido creyente de que las montañas son lugares espirituales, veneradas por nuestros antepasados y a las cuales se les han dedicado muchas oraciones. Kilimanjaro es conocido como “Ngaje Ngai” o La casa de Dios. Para aquellos que hemos respondido al llamado de las montañas, es invaluable el momento de la unión de nuestra mente con la naturaleza y las lecciones de respeto, perseverancia y compasión que nos regalan. El físico austriaco Erwin Schrödinger nombró “Deus Factus Sum” (“me he convertido en dios”) a ese estado de consciencia en el que nuestro espíritu vibra en paz y se une con todo lo que nos rodea. Es ahí cuando el asombro que sentíamos de niños revive en nuestro interior. Es por esto que, como adultos, nunca debemos olvidar que el mundo es nuestro parque de diversiones. Conforme crecemos, a veces se nos olvida, pero sin estos destellos —como los “diamantes” a mis pies— que nos hacen sentirnos gigantes y, al mismo tiempo, insignificantes en una montaña, nuestro espíritu se marchita. Por eso, las siete cumbres. **Esto solo acaba de comenzar.**

ALIMENTACIÓN CONSCIENTE:

el *mindfulness* entra por la boca

¿Un chocolatito caliente con el frío? Antes de ceder y lanzarte por ese último antojo, lee este artículo sobre el *Mindful Eating*, un hábito nutrimental que se adecúa a nuestro estilo de vida frenético.

POR: IDALIA ILEANA CABALLERO CANTÚ
DIRECTORA DE PROGRAMA Y DEPARTAMENTO DE NUTRICIÓN UDEM



Seguro has escuchado (o pensado) que "el cine no es cine sin palomitas" en la fila de la dulcería, frase que antecede la compra de un súper combo de palomitas tamaño familiar, hot dog con tocino y dos vasos grandes de refresco. Apenas va la mitad de la película y ya nos escabullimos rápidamente para aprovechar nuestro *refill* gratis de Coca-Cola.

Otro escenario: es un día gris y lluvioso, hace frío y estamos en casa. Qué mejor que aprovechar el momento con una película boba en la tele, una cobija de tigre, un chocolatito caliente y un pan dulce para sopear. Con ese ambiente de bajas temperaturas, difícilmente (casi nunca) pensamos en un vaso de pepinos y jícamas con limón y chile. Tanto el súper combo en el cine mientras te apantallas con *Tenet*, como el chocolate Abuelita, concha y película en tu sala, son consumos influenciados por el momento o por nuestras emociones, lo contrario a alimentarnos con plena conciencia. Y son consumos aunados a costumbres y ritmos sociales, y a las tácticas del mercado que las rigen.

LA BÚSQUEDA DE LA PERFECCIÓN

En nuestros primeros años de vida, "conocíamos" por instinto nuestra capacidad de ingesta: teníamos hambre, buscábamos saciar nuestra necesidad (llorábamos para llamar la atención de que necesitábamos alimento) y comíamos. Cuando se nos quitaba el hambre, simplemente dejábamos de comer. Con el paso de los años, empezamos a olvidar ese instinto de ingesta y dejamos de poner atención a nuestras necesidades básicas de alimentación, desatendemos lo que el cuerpo nos pide y, por lo regular, lo sobrealimentamos (como con el súper combo en el cine).

En infinitas ocasiones, empezamos a comer sin tener hambre. Estamos aburridos, estresados, sufrimos depresión, nos achaca la ansiedad. A esto sumémosle nuestra propia concepción de perfeccionismo (muy ligada desde hace varias décadas al cuerpo); una posible baja autoestima y la poca o nula tolerancia a la frustración; un pasado con episodios desagradables; un futuro incierto, y nuestro intenso estilo de vida, lleno de estrés, con desórdenes alimenticios a la orden del día. Todo esto ocasiona que no atendamos lo que el cuerpo realmente necesita en el presente y caigamos en problemas de sobrepeso, obesidad y en salidas fáciles, como son los tratamientos agresivos para la pérdida de peso —que suelen ser contraproducentes, porque eventualmente se recupera el peso perdido (y hasta con algunos kilos extra), lo que conlleva a una sensación de malestar, junto con posibles efectos adversos para la salud.

LAS VIRTUDES DEL *MINDFUL EATING*

Una mejor alternativa y que se lleva muy bien con nuestro estilo de vida sin frenos es la alimentación consciente —también conocida como *Mindful Eating*—. Nos ayuda a estar en el presente y, además, nos enfila a tomar las decisiones que mejor se nos adapten en el momento, por lo que la pérdida de peso sería una consecuencia secundaria al reflejo de una buena salud (¡más importante!).

ILUSTRACIONES: SHUTTERSTOCK

El ciclo de alimentación consciente tomado del libro *Comer despierto: la alimentación basada en mindfulness* (2018), del médico nutricionista argentino Juan Romano, explica la cantidad de estímulos a la que estamos expuestos y que influyen en nuestro acto de alimentarnos sin que seamos conscientes.

El *Mindful Eating* es el arte de comer despacio, poniendo atención plena en la ingesta de los alimentos, con una conciencia que nos permite observar las reacciones de nuestro cuerpo (en qué momento necesitamos comer, cómo distinguimos los alimentos que nuestro cuerpo precisa de los que no), y parar una vez que nuestro cuerpo está satisfecho.

Esta disciplina requiere de un entrenamiento, el cual nos permitirá estar conscientes de todo lo que está relacionado con el proceso de alimentación como, por ejemplo, las creencias ante determinados alimentos, las porciones, los beneficios o prejuicios que nos pueden originar. El entrenamiento constante nos ayuda a crear hábitos saludables que podemos aplicar toda la vida, además de algo muy importante: autoconocimiento para distinguir de un hambre verdadera a un simple antojo de opciones para nada saludables (como el chocolatito caliente debajo de una cobija).

Existen desencadenantes ambientales como la publicidad invasiva. Con mensajes de "¡destapa tu felicidad!" y "llena tus vacíos", la industria alimentaria lanza alimentos ultra procesados —aquellos sin nutrimentos frescos, que son elaborados para reemplazar comidas completas y que contienen altos niveles de azúcares, sal, aditivos, colorantes y conservadores— y engaña a la gente con anuncios que rayan en lo exagerado para beneficio del producto, como una modelo comiendo una generosa hamburguesa doble (con extra queso y extra aros de cebolla). Otros desencadenantes están más interiorizados, como el sonido cuando abren unas papitas, el olor a mantequilla en la sartén o el horario de la comida al mediodía. También existen desencadenantes internos o mentales, como la confusión entre hambre con antojo o sed, las ganas de querer un determinado alimento, las típicas frases "mañana empiezo la dieta" o "aquí te celebramos con una buena cena".

Además de conocer más a profundidad la alimentación basada en *mindfulness*, te propongo conocer las señales de tu cuerpo, para que sepas cuando estás en modo "automático" y tu relación con la comida es de forma inconsciente. Un consejo para lograrlo y reforzar el modo "consciente" es tener un diario en el que escribas la cantidad y el tipo de comida que estás ingiriendo, ¡te vas a sorprender! Este esquema te ayudará, tal vez, a no comerte esa barra de chocolate o esa bolsa de papas de carrito con limón, sal y chile. ○

ILUSTRACIONES: JENIFFER VILLA

NUTRICIÓN Y CRISIS CLIMÁTICA:
o te aclimatas o te aclimueres

Casi 800 millones de personas padecen hambre todo el día, todos los días. Los alimentos de origen animal contribuyen a la crisis climática. 600 millones sufren por obesidad. Nuestros hábitos de consumo no son sostenibles. Pero no todo está perdido.

POR: IDALIA ILEANA CABALLERO CANTÚ
DIRECTORA DE PROGRAMA Y DEPARTAMENTO DE NUTRICIÓN UDEM

▷

Ante la situación alarmante de nuestro planeta —crisis climática, desnutrición, obesidad—, nos urgen cambios. Hoy en día somos 7.7 mil millones de humanos en los cinco continentes y, para 2050, se estima que seremos 9.1 mil millones (la ONU calculó en 2018 que 68% de la población mundial vivirá en zonas urbanas, con los mayores incrementos en Asia y África, continentes que históricamente tienen mayor población en zonas rurales).

Esto implica, por supuesto, un incremento considerable en la demanda global de alimentos y dietas diversificadas: la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) prevé que, entre 2005 y 2050, la producción alimentaria aumente un 70% en todo el mundo.

Para que te des una idea: nuestros ritmos y hábitos de consumo y los sistemas alimentarios han arrojado los siguientes resultados negativos para el medio ambiente:

- Existen **795 millones** de personas que a diario padecen hambre.

- Casi una cuarta parte de los humanos presenta carencias de micronutrientes.

- Se tiene registro de alrededor de **600 millones** de personas con problemas de obesidad, y casi dos mil millones de personas con sobrepeso.

- La doble carga de la malnutrición se traduce en personas con obesidad y desnutrición.

- Los alimentos de origen animal son uno de los principales factores que contribuyen a los cambios de temperatura.

Es demoledor, ¿no? Y, claro, todo esto en medio de la crisis climática, una de las mayores amenazas para la humanidad —si no es que la que más—. ¿Qué podemos cambiar? De entrada, nuestros consumos alimenticios. Podemos empezar con apostar por la sostenibilidad.

LA SOSTENIBILIDAD ES EL FUTURO

Según el Comité Permanente de Nutrición de las Naciones Unidas (UNSCN), la producción y el consumo de alimentos son responsables de:

24% de los gases de efecto invernadero (GEI).

60% de la biodiversidad terrestre.

70% del consumo de agua dulce.

Los productos ganaderos son responsables del **14.5%** de GEI.

Es por eso que debemos hacer cambios. La agricultura sostenible garantiza prácticas sanas y alimentos saludables para hoy y mañana. Es una disciplina que protege el suelo, el agua y el clima, promoviendo la biodiversidad; no contamina el medio ambiente con agroquímicos ni con cultivos transgénicos.

Además, los cultivos son más viables a nivel económico y utilizan el reciclaje: el estiércol y los residuos de cultivos pueden utilizarse como fertilizantes, así como el agua de lluvia en sistemas de riego.

La buena noticia es que ya se están buscando estrategias y maneras de adaptarse a la crisis climática.

De acuerdo con el UNSCN, las estrategias que benefician la salud humana, la nutrición, el medio ambiente y el clima son:

La producción sostenible de alimentos.

Una inducción de hábitos alimenticios saludables.

La reducción de desperdicio de alimentos.

Además, el UNSCN argumenta que, si no se hace un cambio para antes de 2050, las sequías, las lluvias y las nevadas dañarían las cosechas y conllevaría a un aumento en los precios del consumo de alimentos.

Se pone peor: las personas de bajos recursos económicos morirían de hambre o consumirían alimentos menos nutritivos —desnutrición, carencia de micronutrientes, sobrepeso u obesidad a la orden del día.

LAS DIETAS SOSTENIBLES: ¡ES HORA DE REDUCIR!

Las dietas sostenibles son aquellas que generan un impacto ambiental reducido y que contribuyen a la seguridad alimentaria y nutrimental. Están diseñadas para ver que generaciones actuales y futuras lleven una vida saludable, protejan y respeten la biodiversidad y los ecosistemas. Un punto a favor es que son culturalmente aceptables, accesibles, económicamente justas, nutrimentalmente adecuadas, inocuas y saludables.

Una dieta sostenible tiene beneficios como disminuir la emisión de gases de efecto invernadero y reducir el riesgo de enfermedades no transmisibles. Si se compara este tipo de dieta con una omnívora, las tasas de incidencia de la diabetes tipo 2 se reducen entre 16 y 41%, y las de cáncer entre 7 y 13%.

ILUSTRACIONES: JENIFFER VILLA

UNA DIETA SOSTENIBLE CONSISTE EN:

- Alto consumo de frutas, hortalizas y cereales.
- Menor consumo de alimentos de origen animal (sobre todo de carne roja).
- Consumo de alimentos frescos y no de alimentos ultra procesados.
- Limitar el consumo de sal, azúcares y grasas.
- Implementar un cuidado al medio ambiente y a la agricultura.

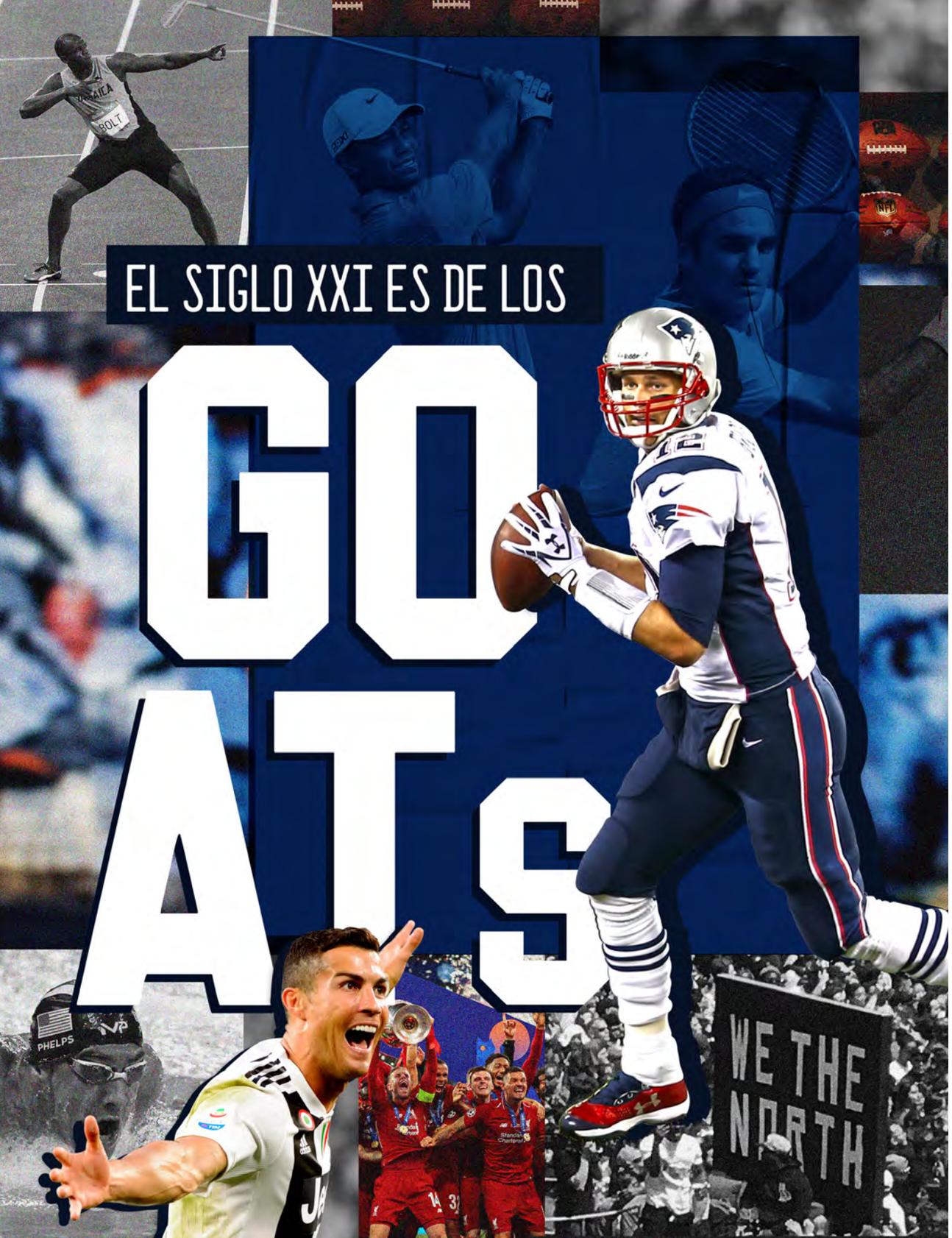
Las dietas saludables como la mediterránea, la pescetariana y la vegetariana pueden reducir las emisiones generadas de la producción de alimentos hasta en un 43% per cápita.

CAMBIOS ALIMENTICIOS QUE PODEMOS IR ADOPTANDO:

- Comer menos carnes rojas y procesadas.
- Consumir más productos locales, de temporada y mínimamente procesados.
- Aumentar el consumo de leguminosas y de frutos secos como fuente de proteína vegetal.
- Incrementar el consumo de frutas y hortalizas.
- Comer más cereales y alimentos ricos en almidón.
- Mantener el consumo de lácteos.
- Planificar las comidas o aprovechar las sobras contribuye al cambio para evitar el despilfarro.

CAMBIOS CULTURALES PARA UNA ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE.

- Solo compra lo que necesites (y sepas cocinar).
- Revisa fechas de caducidad.
- Usa lo que tienes.
- Evita servir demasiado.
- Utiliza recipientes de plástico y no bolsas desechables.
- Comparte la comida extra.
- Reutiliza los desechos donde sea posible.
- Sé crítico con la publicidad.
- No te dejes llevar por las ofertas.



EL SIGLO XXI ES DE LOS GOATs

EL RENDIMIENTO DE UN ATLETA CAMBIÓ RADICALMENTE EN DOS DÉCADAS, AL GRADO QUE VIVIMOS LA ÉPOCA DORADA DEL DEPORTE, PERO ¿POR QUÉ TENEMOS A LOS MEJORES DE LA HISTORIA EN EL SIGLO XXI?

POR: ANÍBAL BARAJAS
ESTUDIA 7.º SEMESTRE DE LICENCIADO
EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Miami, hace 20 años. Los Michigan Wolverines y Alabama Crimson Tide estaban a punto de salir al campo para definir al campeón del 2000 Orange Bowl, entre gradas pletóricas de gritos, banderines ondeando y nervios en las miradas de todos. El *quarterback* de los Wolverines tuvo que soportar dos desventajas de 14 puntos para, al final, lograr el campeonato y ser ovacionado por todo el estadio. ¿Nacía una leyenda? De inicio, no: sus pases no fueron lo suficientemente atractivos para los equipos de la NFL en el Draft 2000, lo relegaron hasta el puesto 199 y los Patriotas de Nueva Inglaterra, ansiosos por tener wikipediazos de gloria en los años entrantes, lo escogieron en la sexta ronda sin mucho ánimo.

Los analistas lo tacharon de delgado, sin poderío físico o potencia en el brazo y reprocharon que sus rivales lo derribaban fácilmente. Sin embargo, toda esa crítica no desmotivó al nuevo jugador de los *Pats*. Un día, él mismo se le acercó al dueño de su equipo y se presentó: "Hola, señor Kraft. Mi nombre es Tom Brady", a lo que su patrón le respondió: "Sí, sé quién eres. Eres nuestra *pick* de sexta ronda". Brady, con su famosa sonrisa que derrite y con una mirada de láser, se la regresó: "Así es, señor. Y soy la mejor decisión que haya tomado esta organización jamás".

Brady es uno de los mejores ejemplos de tantas historias individuales de éxito que los deportes nos han dado. A sus 43 años no da señales de decir adiós, a pesar de que todos pensamos que anunciará pronto su retiro. ¿Por qué se retiraría si está jugando mejor que nunca? En 2020, la vida de un atleta de alto rendimiento no es la misma que en 1999. ¿A qué se debe que su carrera deportiva se haya alargado? ¿Por qué tenemos a los mejores de la historia en el siglo XXI? ¿Será una casualidad que vivamos la época dorada del deporte mundial?

CON USTEDES, LOS GOATs

En infinidad de ocasiones, un deportista vive una buena racha y es considerado como un *crack*, comprometido con el ímpetu de lo que significa su deber con sus pasiones: lo hace bien en una serie de partidos (Dustin Pedroia, béisbol); una temporada completa (Jamie Vardy, futbol); logra ganar una final (Kyle Lowry, básquetbol); medalla en unos Juegos Olímpicos (Ana Gabriela Guevara, atletismo); llega a una final de Grand Slam (Juan Martín del Potro, tenis).

¿Qué pasa con quienes alcanzan esa cúspide y se mantienen ahí varios años? ¿Los que apabullan récords (Usain Bolt, atletismo; Tiger Woods, golf); ganan y ganan y ganan medallas de oro olímpico (Michael Phelps, natación); los máximos anotadores de sus disciplinas (Lionel Messi y Cristiano Ronaldo, futbol); las que no se cansan de estar en el #1 de su deporte por cinco, 10 o 15 años seguidos (Serena Williams, tenis); los que ganan tantos anillos que no caben en una mano (claro, Brady); las que no les basta con marcar generaciones enteras, sino que marcan un precedente para la historia (Lorena Ochoa, golf); los que son queridos por todo el mundo y nadie niega su grandeza (Roger Federer, tenis; Michael Schumacher, Fórmula 1)?

LOS ANALISTAS LO TACHARON DE DELGADO, SIN PODERÍO FÍSICO O POTENCIA EN EL BRAZO Y REPROCHARON QUE SUS RIVALES LO DERRIBABAN FÁCILMENTE.

Ellas y ellos son las y los GOATs del deporte, acrónimo de *Greatest Of All Time*. ¿Lo verdaderamente sorprendente? Todos los mencionados son (o fueron) dioses deportivos en las últimas dos décadas. En casi todos los deportes, salvo béisbol (Babe Ruth), gimnasia (Nadia Comaneci), Box (Muhammad Ali) y básquetbol (Michael Jordan, a pesar de la luchita de LeBron James), tenemos al y a la mejor del deporte entre 2000 y 2020 en términos históricos.

HOY EN DÍA, LO PRIMERO QUE HACE UN DEPORTISTA EN EL *POST-MATCH* ES UNA RECUPERACIÓN COMO PARTE DE UNA RUTINA OBLIGATORIA.

Su éxito se debe a una combinación de factores que influyen intrínsecamente en su vida como atletas: la tecnología y alimentación que los faculta para entrenar y llevar al máximo su cuerpo de una manera más específica; las ganancias estratosféricas en premios y patrocinios; la acomodada vida personal y privada, con asistentes para todo, que le permiten al jugador enfocarse solamente en su carrera; la inquebrantable disciplina deportiva a la que están acostumbrados. Gracias a estos ingredientes nos es cotidiano escuchar que un nadador rompió un nuevo récord, que una final de Grand Slam es otra vez entre los dos mismos tenistas, que Messi volvió a ganar otro Ballon d'Or. Así es la época de los *Greatest*.

DIETA, FISIOTERAPIA Y PASTILLAS NO SON SUFICIENTES

Un factor innegable y obvio es el proceso evolutivo de la alimentación y los fuertes avances tecnológicos de la medicina deportiva. Los nuevos progresos en este siglo ayudaron a la prolongación del rendimiento físico en condiciones óptimas de los deportistas —al grado de tener mejor desempeño que jóvenes atletas de 20 años—. Según especialistas, los deportistas "más viejos" pueden darse el lujo de entrenar menos, al beneficiarse con métodos de entrenamiento "hechos a la medida".

Hoy en día, lo primero que hace un deportista en el *post-match* es una recuperación como parte de una rutina obligatoria. Estrategias nutrimentales, hidroterapia, masajes, estiramientos, electroestimulación o la recuperación activa son algunas de las técnicas que científicamente se han implementado para reducir el riesgo de lesiones y así precipitar el tiempo de restauración muscular. ¿La típica imagen de un futbolista como Neymar Jr. en una tina de hielo después de un partido? En la época de Pelé o Maradona esos métodos eran inconcebibles, simplemente no existían.

¿Es esta la única respuesta? ¿Dieta, fisioterapia y pastillas? En realidad, no. Para ser el mejor, entrenar durísimo y alimentarse bien todos los días no basta. Otro factor importante y denominador común entre los GOATs es su vida fuera de las canchas y reflectores.

Pongamos como ejemplo la vida personal y privada de Cristiano Ronaldo, y el monto millonario que invierte en sí mismo. Un día, Rio Ferdinand, su otrora compañero en el Manchester United, lo visitó en su casa y se sorprendió de ver al menos a 10 personas: "Es mi equipo de trabajo: hay un cocinero, el fisioterapeuta, un doctor, mi entrenador personal...". Ferdinand se quedó boquiabierto.

No solo eso: el ambiente familiar que construyeron los GOATs es fundamental para concentrarse en lo que pasa en las canchas. Es común ver a Mirka Federer en la tribuna de los partidos de su esposo Roger; a la mamá, a la pareja y a los hijos de Cristiano Ronaldo en sus festejos; a LeBron James en los partidos de básquetbol de su hijo, Bronny James. Los expertos en el tema aducen que una relación interactiva y recíproca entre el deportista y su familia forma un clima motivacional que se relaciona directamente con el bienestar emocional, la concentración y el rendimiento en

IMÁGENES: JENIFFER VILLA

***BUSINESS INSIDER* REPORTÓ QUE CR7, COMO SE LE CONOCE A ESTE MONUMENTO, GANÓ EN 2019 48 MILLONES DE DÓLARES POR SUS POSTS EN INSTAGRAM Y "SOLO" 34 MILLONES POR SU CONTRATO CON LA JUVENTUS.**

la cancha. Y lo cumplen al pie de las reglas: es difícil pensar en escándalos, abusos o indisciplinas de las y los GOATs mencionados antes que pudieran manchar su carrera —salvo Tiger Woods y sus escándalos maritales en 2009.

CON DINERO (Y DISCIPLINA) BAILA EL PERRO

¿Cómo le hace Cristiano Ronaldo para mantener a esa cuadrilla de asistentes? Con ingresos millonarios en patrocinios y salarios —sobre todo patrocinios: *Business Insider* reportó que CR7, como se le conoce a este monumento, ganó en 2019 48 millones de dólares por sus *posts* en Instagram y "solo" 34 millones por su contrato con la Juventus—. Roger Federer, por su parte, recibió 100 millones de dólares de sus 12 patrocinadores en el último año, lo que lo convirtió en el deportista mejor pagado del mundo.

Principalmente, estos activos sirven para invertir en ellos mismos y pensar únicamente en lo más importante de su vida: su familia y ser el #1. El exentrenador del tenista español Feliciano López, José Manuel "Pepo" Clavet, declaró que antes era raro que un jugador viajara con su entrenador; hoy viajan con una comitiva más grande: preparador físico, fisioterapeuta, nutriólogo y hasta psicólogo.

Con esas ganancias millonarias, el talento y los asistentes, cualquiera lo lograría ¿no? Al parecer, no. Falta lo más importante, la sal de cada comida: la disciplina. Es la cualidad que marca la diferencia entre un jugador más y uno "distinto". Es la combinación de mentalidad, compromiso y talento en un individuo. Si lleva esa disciplina al máximo, el GOAT compite en solo una liga: la suya.

Otra vez pongamos como ejemplo a CR7 (porque podemos): en 2018, después de haber ganado tres Champions de forma consecutiva y tras una salida cuestionable del Real Madrid, el portugués llegó a la Juventus de Turín, con todo y una sorpresa bajo el brazo. Cuando le realizaron los exámenes médicos, Cristiano Ronaldo, de 33 años, promedió números similares a los de un joven de 20. ¿Quieres más? El examen demostró que contaba con 7% de grasa corporal —lo normal en alguien de su edad es del 10%—, y el 50% de su cuerpo era pura masa muscular (lo normal es un 46%). ¿Sorprendido? Nosotros también... pero, vaya, es Cristiano Ronaldo.

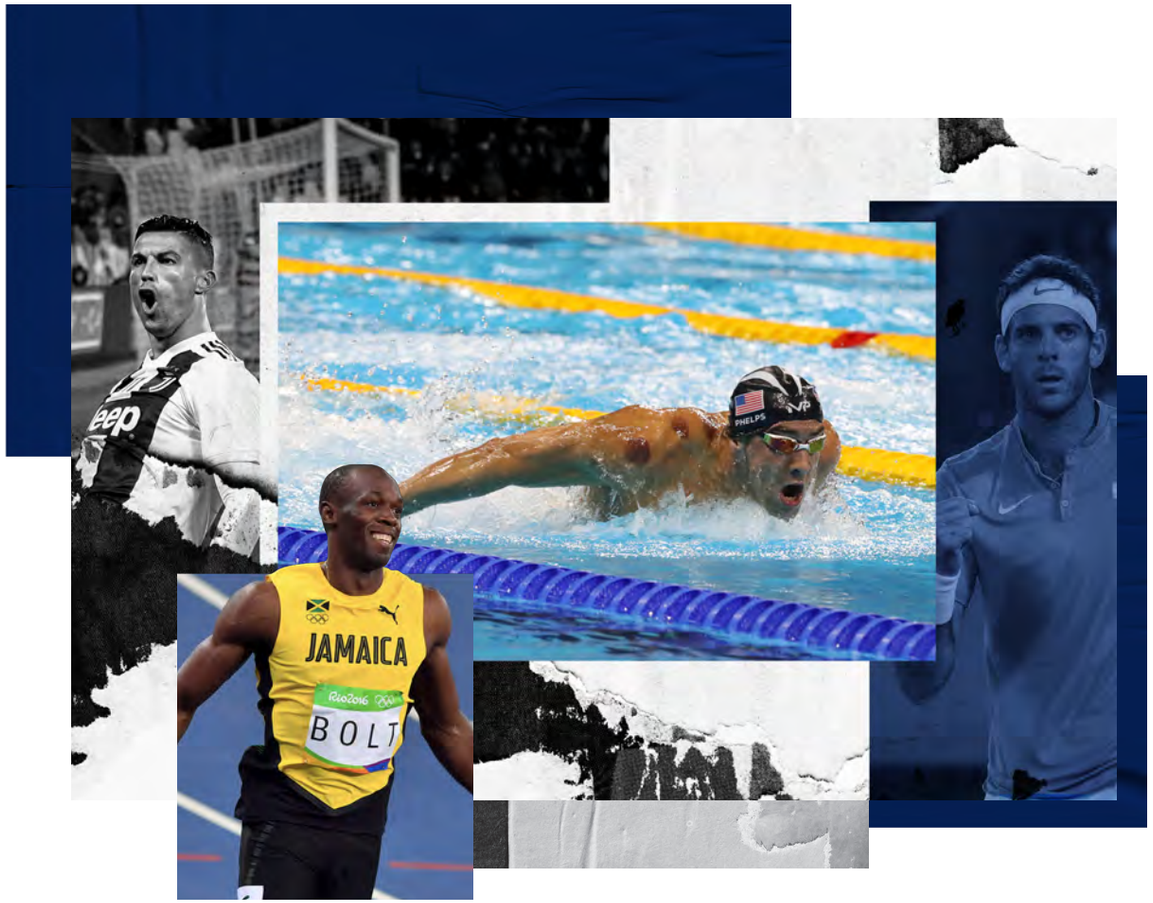
¿DÓNDE JUGARÁN LAS NIÑAS Y LOS NIÑOS?

Gracias a la combinación de factores antes mencionada, los GOATs se pueden concentrar en su profesión (y no preocuparse por pagar la renta, la colegiatura de sus hijos o que ya no haya papel de baño). Su promedio de edad se añejó... pero las nuevas generaciones (1995-2005) les pisan los talones... aunque siguen hincándose ante los referentes de sus respectivas disciplinas.

Kylian Mbappé (19 años) ganó un Mundial y destroza con goles la Ligue 1 y la Champions; Alexander Zverev (20 años) se encuentra en el top 10 del *ranking* ATP de tenis; Zion Williamson (20) y Pat Mahomes (24) rompen la NBA y la NFL, respectivamente. Notable currículum el de todos, pero lejos de ser el #1. Su momento llegará pronto, pero con un Tom Brady firmando un nuevo contrato a los 43 años con Tampa Bay, un Roger Federer con ganas de jugar en Tokio 2021 y una Serena Williams motivada con el nacimiento de su primera

UN *GREATEST* REVOLUCIONA Y MARCA PRECEDENTES EN LA HISTORIA QUE VAN MÁS ALLÁ DE UNA RIVALIDAD, GANAR PARTIDOS O LLEVARSE TROFEOS, PERSONALES O DE EQUIPO.

IMÁGENES: JENIFFER VILLA



hija para ganarlo todo, ese anunciado retiro del podio, supuestamente a la vuelta de la esquina, parece estar a varias cuadras. En el tenis varonil, por ejemplo, el promedio de edad del top 5 en 2007 era de 24 años; hoy es de 28.5 ¡y son los mismos tres jugadores! ¡Novak Djokovic, Rafael Nadal y Roger Federer!

NO ES DE LA NOCHE A LA MAÑANA

Un GOAT no se hace de la noche a la mañana… ni en una, dos o cinco temporadas. Un *Greatest* revoluciona y marca precedentes en la historia que van más allá de una rivalidad, ganar partidos o llevarse trofeos, personales o de equipo. No hay más grandes que ellos, puede que nadie los supere en 50 años, y somos afortunados en ser sus contemporáneos (a la distancia). Algún día se retirarán, pero sería torpe de nuestra parte pensar que será pronto. Ahí tenemos a Tom Brady, con un nuevo reto en los Bucaneros de Tampa Bay.

¿Logrará otro anillo con su nuevo equipo? Difícil. ¿Extrañará a su *coach* de los *Pats*, Bill Belichick? Obviamente. ¿Será suficiente la dupla con Rob Gronkowski? Puede ser. ¿Podemos dudar de él? No, nunca.

"Soy la mejor decisión que hayan tomado", le dijo Brady a Robert Kraft. Dos décadas, infinidad de récords destrozados, estadios llenos, cebollazos por aquí y por allá, decenas de miles de camisetas vendidas y —lo más importante— seis anillos de Super Bowl después, el mejor *quarterback* de la historia tuvo razón.

Colorea estos mandalas y compártelos en nuestras redes sociales.

360° UDEM

COMPARTE
TUS RESPUESTAS
@360udem

www.360udem.mx

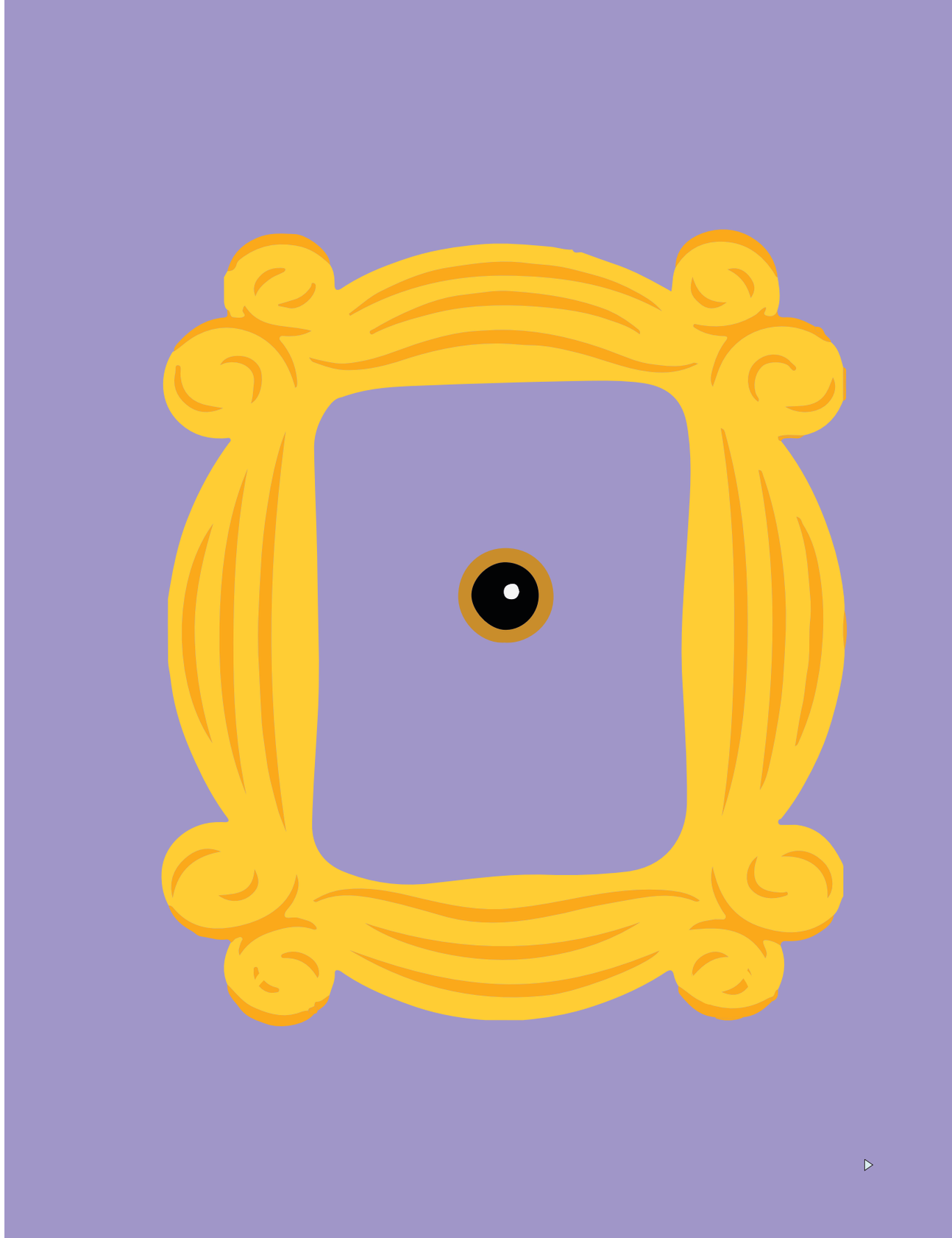
ADICTOS A FRIENDS

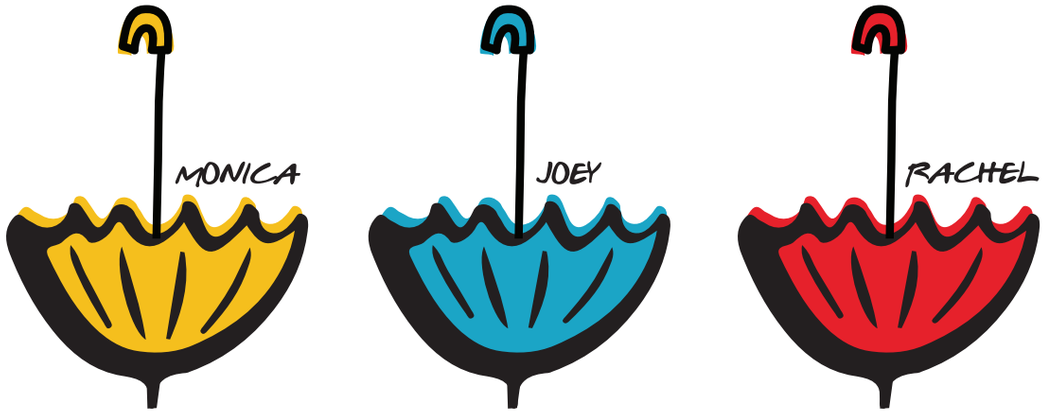
Es el *snackable content* en la televisión moderna por antonomasia, así como el mejor ejemplo de *Easy-TV* de nuestra época. ¿Por qué no podemos parar de ver *Friends*?

POR: ALONSO AGUILAR

Muchos dicen que es imposible dejarlos. Los más jóvenes los ponen de fondo, como si fuera música, mientras trabajan o estudian, para no sentirse solos. Y algunos más ganan dinero por concursos sobre el programa en bares. *Friends* es uno de los *shows* más exitosos de la televisión (posiblemente el más exitoso, si no fuera por *Los Simpson*, reyes con delantera). Es uno que se repite y se repite desde 2004, que debutó hace 25 años y que no podemos quitarle los ojos de encima. ¿Por qué es tan profusamente adictivo?

Las aventuras de Rachel, Ross, Monica, Chandler, Joey y Phoebe presumen unos numerotes: de 1994 a 2004, sus 10 temporadas (236 episodios) tuvieron un promedio de 28 millones de televidentes por semana; un espacio publicitario de 30 segundos se vendía en 450 mil dólares; su episodio final fue visto por 52 millones de personas en Estados Unidos (¿el comercial? De a dos millones de dólares); los actores llegaron a ser los mejores pagados de la televisión. Ya pasaron 16 años desde ese lacrimógeno *finale* y la máquina de billetes no se detiene: cada año reporta mil millones de dólares en sindicados (la venta de derechos de transmisión) para Warner Bros.; 16 millones de personas los siguen viendo en 175 países, en 40 idiomas; los seis actores principales se embolsan (¡todavía!) 20 millones de dólares al año por esas transmisiones; y es, junto con *Grey's Anatomy* y *The Office*, el contenido más visto en Netflix —en 2018, los usuarios vieron más de 54 millones de horas de *Friends*... lo mismo que 62 años—. Este *show* definitivamente es *The One with the Very Huge Success.*





TODOS QUERÍAMOS VIVIR EN NUEVA YORK

Tenerlos en tu menú de oferta significa éxito. Netflix no se la pensó mucho y pagó 100 millones de dólares en 2019 por los derechos de *streaming* por un año más, luego de que casi 10 mil personas firmaran una petición en *change.org* para que mantuvieran la serie en su plataforma. La solicitud pública argumentaba que la serie ha ayudado a personas a sobrevivir y que, muy probablemente, Netflix sea su única fuente para verla. Mentira no es, porque al momento de escribir esto llevan recolectadas casi 100 mil firmas de fans ávidos por ver y volver a ver —y volver a ver— a Joey con un pavo en su cabeza o a Phoebe imitar a Estelle por teléfono.

Los televidentes en todo el mundo y esta serie viven en una luna de miel desde el primer día. Al momento de su debut en septiembre de 1994, el *show* llegó como trancazo de taquilla. La pegajosa canción de su cortinilla estaba en todos lados; los sillones en los cafés se pusieron de moda antes de que Starbucks llegara a todas las cuadras que conocemos; el corte de pelo *à la Rachel* era el favorito de las estéticas... ¡Estábamos perdidamente enamorados de su *lifestyle*! Todos queríamos vivir en Nueva York, tomar *latte macchiato*, platicar de nuestros problemas, anhelos y quehaceres, un día sí, otro también.

MILES DE PERSONAS QUIEREN REFLEJARSE EN SEIS NEOYORQUINOS QUE TIENEN RESPONSABILIDADES ADULTAS (HIJOS, TRABAJOS, UNA RENTA QUE PAGAR), PERO DESAYUNAN JUNTOS POR LA MAÑANA Y SE ECHAN SU AFTER-HOUR-COFFEE POR LA TARDE.

El *pitch* original describía al *show* como una comedia sobre tres mujeres y tres hombres veinteañeros que pasan sus ratos en un café. Así, como tal, este concepto no denotó mucho interés (y es uno que ya conocíamos por la noventera *Seinfeld* o la ochentera *Cheers*). Sin embargo, los tres productores fueron muy meticulosos, se enfocaron al cien en el *storytelling*, contrataron a guionistas dedicados 24/7 a sacar los episodios y lograron que todos los actores principales se involucraran de lleno en sus personajes... y así, *Friends* logró enganchar con miles de personas que querían reflejarse en media docena de neoyorquinos que tienen responsabilidades adultas (hijos, trabajos, una renta que pagar), pero desayunan juntos por la mañana y se echan su *after-hour-coffee* por la tarde, todos los días, en el mismo lugar. Los episodios no son gobernados por una problemática complicada, ni los persiguen monstruos burocráticos, socioeconómicos, familiares o personales. En las pocas ocasiones que esto ocurre en un episodio, la canción de la serie sirve como guía, por puntual y correcta: ellos están el uno para el otro. Si ves en la tele este *modus vivendi* cuando tienes 15 o 18, donde tus amigos son todo tu mundo, es una fantasía muy atractiva para cualquiera, por supuesto.

EL *COCKTAIL* PERFECTO

Friends es una *Situation Comedy* (*sitcom*, más fácil): una serie cómica que muestra las aventuras y los andares de un grupo de personajes, en una sucesión de episodios y en escenarios comunes (una casa o departamento, la oficina, un bar). Suelen durar un poco más de 20 minutos (30 con todo y cortes comerciales) y son grabados frente a una audiencia —en ocasiones, utilizan risas enlatadas— para meterle dinamismo al flujo del programa. Empezaron en Estados Unidos en la década de los cuarenta, y en los ochenta tomaron mucho vuelo, cuando la cadena pública estadounidense NBC cambió la jugada al presentar *shows* entrañables con garantía de calidad (*Alf, The Golden Girls*) que se convirtieron inmediatamente en *Must-TV*.

Décadas después, y con lo servicios de *streaming* a tope, las *sitcoms* son parte fundamental de la nueva era dorada de la televisión. Son contenidos fáciles de digerir: la familiaridad de las situaciones, los personajes con elementos comunes y el flujo cómico del programa son partículas indispensables en cualquier *sitcom* estadounidense decente. El "sit" de situación no podía competir por sí solo sin el "com" de comedia y viceversa. Juntos son un gran combo.

Friends es simplicidad, y es increíblemente fácil de ver. A diferencia de, por ejemplo, *Los Simpson* o *Seinfeld*, donde la trama y la estructura de la serie gira alrededor de la comedia que nace de situaciones (los vecinos de Shelbyville se roban el limonero de Springfield; George Costanza inventa un escritorio donde puede tomar siestas mientras está

en la oficina), en *Friends* todo trata sobre, vaya, los *friends*. *Los Simpson* y *Seinfeld* son apreciaciones y comedia a partir de situaciones; *Friends* es solución de adversidades. La mayoría de los capítulos presentan un problema que involucra a uno, dos o más de los amigos (Ross les pide a Rachel y a Chandler que le ayuden a subir un sillón a su departamento) + la evolución cómica del problema-solución ("*Pivot!*") + un desenlace cómico algunos minutos después ("*I'd like to return this couch*").

Es una serie muy femenina, en la que su personaje principal (Rachel) es una mujer que se presenta como una niña rica mimada (¡en vestido de novia!) y termina siendo una exitosísima ejecutiva en la industria de la moda (el sueño de miles). Esto es un triunfo simbólico que encaja con las acérrimas fans, quienes consideran a *How I Met Your Mother* (la sucesora natural y una copia cuasi idéntica de *Friends*) una serie machista y, por momentos, misógina.

Además, es un producto televisivo enérgicamente aspiracional y conecta profundamente con las nuevas generaciones, como muchos centennials que nacieron varios años después de ser lanzada. Claire Morey, de 14 años, le dijo al *New York Times* que "la idea de vivir en una gran ciudad, rodeada por mis amigos y amigas es mi ideal de una gran vida después de la universidad".

Para Saul Austerlitz, autor del libro *Still Friends* (2019), la serie se enchufa con estas nuevas generaciones por ser un *cocktail* perfecto de realidad y fantasía. "Los adolescentes pueden mirar *Friends* para averiguar qué les depara la edad adulta: trabajo, primeras relaciones, primer desamor y luego matrimonio e hijos. Pueden obtener pistas sobre su posible futuro". Sus años 20 perfectos, con experiencias fuera de lo común y un sinfín de acontecimientos divertidos y emocionantes.

UNAS PASTILLAS DE CENTRAL PERK CONTRA LA ANSIEDAD

Marc Hekster, psicólogo clínico de The Summit Clinic en Londres, descubrió que este *show* calma tu cerebro. "Después de haber trabajado durante 20 años con personas que experimentan ansiedad, puedo concluir que, entre otros factores, la naturaleza repetitiva y relacional de programas como *Friends* ayudan a relajar los síntomas de estas enfermedades", comentó Hekster al diario británico *Metro*.

LOS PROBLEMAS SE CONVIERTEN EN EL FOCO DE CADA EPISODIO, Y LUEGO SE RESUELVEN ENTRE LOS PROTAGONISTAS, QUE SON LA ESENCIA DEL SHOW. ES PURO ESCAPISMO. ¡EXCELENTE, DÁMELO A RAUDALES!

La ansiedad y la angustia son como una olla de presión y necesitan de una salida. Cuando estamos ansiosos, podemos experimentar sentimientos infantiles de miedo y preocupación. Si no encuentran un escape, el sistema de alarma neurológico se dispara y se intensifican los sentimientos y, como es común en este tipo de enfermedades, las personas tienen mucho que decir al respecto, pero sucumben al mutismo y no enfrentan a sus demonios. ¿Cuál es el mejor vehículo para salir de esta incomodísima situación? *Binge-watch*, por enésima vez, la vida de seis amigos en Nueva York. "*Friends* es una experiencia de reparación: vemos a los personajes del programa repetidamente en problemas y preocupados, pero al final de cada capítulo, se reparan y se alivian. Los problemas se convierten en el foco de cada episodio, y luego se resuelven entre los protagonistas, que son la esencia del *show*. Es puro escapismo. ¡Excelente, dámelo a raudales!", enfatizó Hekster en la entrevista.

Tener una serie así es poderosísimo. Hay pequeños atisbos que le demostraban a los actores en qué tipo de programa participaban y el impacto que tenían en sus fans. Jessica Hecht, quien interpreta a Carol en la serie (la esposa de Susan), dijo una vez en entrevista para *The Telegraph* que una tarde discutía sobre la trivialidad del programa con su cuñado, un doctor en sala de emergencias de un hospital. Este le dijo que sus pacientes ven capítulos antes de una cirugía para relajarse. Así, Hecht se dio cuenta cómo "el *show* es un respiro de nuestras propias vidas" y del poder que tiene en nosotros.

El respiro sigue, pero la emoción de tenerla en Netflix no duró mucho: en mayo pasado, la serie migró en Estados Unidos a la nueva plataforma de WarnerMedia, HBO Max (no tarda en pasar lo mismo en México y América Latina). Para el plan de estreno, habían logrado lo que parecía imposible, al grado que lo anunciaron con tarolazo, platillo, gritos, emoción y lágrimas: un capítulo de reunión de *Friends*, que celebraba los 25 años del primer capítulo, con Rachel, Ross, Joey, Monica, Chandler y Phoebe confirmados. Lástima que llegó el Coronavirus, estropeó los planes y atrasó el estreno del capítulo. No importa: ya estamos listos con nuestros amigos, café en mano, en un sillón... y en un departamento con paredes moradas.

MANIFIESTO 360°

HACER (BIEN) DE CENAR PUEDE CAMBIAR TU VIDA

Te tenemos una propuesta, tan pronto salgamos del confinamiento y volvamos a nuestras rutinas (manteniendo las medidas de seguridad y sana distancia): haz de cenar para tus amigos o familia un miércoles.* No nos referimos a unos molletes, una pasta con atún o algo que tome pocos minutos en la sartén. Queremos persuadirte de que cocines algo sustancioso, que te tomes tu tiempo, que te concentres por una hora o más. Convivan, coman, hagan una larga sobremesa (como los italianos y los españoles). Repítelo una semana después. Y vuelve a repetirlo a las dos semanas. Y así.

LOS MEJORES RECUERDOS SE HACEN REUNIDOS ALREDEDOR DE LA MESA

Los sociólogos tienen un término que captura la sensación de *wellbeing* y la felicidad de una persona en toda su vida. Su nombre es bastante obvio, "satisfacción de vida", y explica una fuerte relación del tiempo compartido con las personas que te importan y a las que les importas, esas que no pudiste ver y abrazar por varios meses. Ahora es cuando.

¿Qué mejor que una cena con amigos y/o familiares para lograr "satisfacción de vida"? ¡Suma esta propuesta a tus martes de amigas ("martecitos") o jueves de amigos ("juevecitos")! Puedes organizarlo con tu familia los fines de semana (el chiste es hacerlo). Tal vez tu primer intento no sea el mejor, pero aprenderás para la segunda experiencia, y luego sacarás más ideas para la tercera. **La regularidad importa**, como en todo. Una cena entre amigos o con tus primos, en principio, no es un evento extraordinario. Pero, con el tiempo y tu motivación, se convertirá en una costumbre fascinante y necesaria en tu vida, como estudiar.

¿Quieres empezar? Grandes cacerolas con comida. No hay forma más fácil de alimentar a varios que con mucho arroz, purés, pasta, sopa, lo que sea. Puedes inspirarte en libros de cocina que seguro hay en algún lugar de tu casa. No olvides agregar algunas verduras (pueden ser calabacitas y zanahorias al vapor, o coliflor y betabel asados), pan y mantequilla (con hierbas, ¡uff!). A diferencia de una carne asada —en la que el encargado del asador está más concentrado en cuidar el carbón, los Rib Eye y las salchichas que en el chisme—, la idea es que desde un principio todos estén sentados en la mesa al mismo tiempo, sin interrupciones, y la comida esté en su punto perfecto.

¿Segunda reunión? *Poke bowls*. ¿A la tercera? *Chicken tikka masala* con arroz basmati. ¿Más? ¡fetuccini *frutti di mare*! Y así. Poco a poco agarrarás práctica. Algunos platillos los repetirás; otros serán cosa de un día (ya sea porque no salieron bien o porque fueron tan épicos que es mejor así, un eterno recuerdo culinario). En todos los casos, que el final sea el mismo: "¿Nos vemos el próximo miércoles?".

SÍ. EL PRÓXIMO MIÉRCOLES. TRAE UN POSTRE O UNA BOTELLA DE VINO, UNOS AMIGOS O UNAS FLORES. O NADA, SALVO UNA SONRISA Y MUCHAS GANAS DE ENRIQUECER TU "SATISFACCIÓN DE VIDA".

***SUGERIMOS UN MIÉRCOLES, PERO PUEDE SER EL DÍA DE LA SEMANA QUE SE TE ANTOJE. EL CHISTE ES LLEVAR A CABO ESTE MANIFIESTO 360° ;)**

“DEJA QUE LA NASA SEA LA QUE TE DESCALIFIQUE, PERO NO TE DESCALIFIQUES A TI MISMO„

–ADELA HERNÁNDEZ,
la esposa del astronauta José Hernández.

(Para el sexto año que la NASA lo había rechazado, José ya no tenía esperanzas y tiró la toalla. Su esposa logró convencerlo de quedarse... y José pasó 13 días en el espacio).

FOTO: SHUTTERSTOCK

Por ti,
tendremos nuevas oportunidades

Crea una educación sin pausas

En la UDEM invitamos a la comunidad a crear una educación sin pausas para que los sueños y el talento de las nuevas generaciones de estudiantes no se detengan, sigan adelante y cambien nuestro futuro.

A través de nuestra campaña "Crea una educación sin pausas", convocamos a toda la comunidad a formar parte de este movimiento y hacer la diferencia con un donativo.

Con tu apoyo (recuerda, lo mismo que tu capuchino de temporada) lograremos ayudar a:

+1,000 estudiantes que cursan su carrera profesional en la UDEM.

+500 jóvenes que estudian su bachillerato técnico en las Preparatorias Politécnicas, ubicadas en el municipio de Santa Catarina.

¿Quieres ayudar?
¡Ingresa a **sinpausas.udem.edu.mx**
y no te quedes con las ganas!

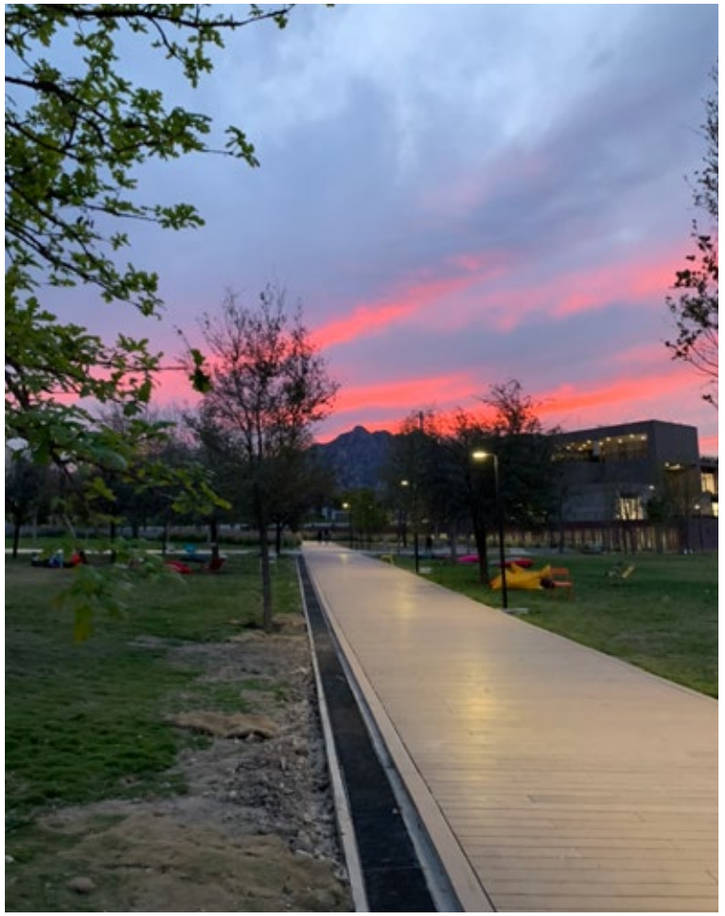
EL CAMPUS QUE EXTRAÑAMOS

HAN SIDO MUCHOS MESES DE ESTAR LEJOS DE UNO DE NUESTROS LUGARES FAVORITOS DEL MUNDO: LA UDEM. LES PREGUNTAMOS A VARIOS UDEMITAS EN TWITTER E INSTAGRAM (¡SÍGUENOS! @360UDEM) CUÁLES SON SUS *SPOTS* FAVORITOS Y POR QUÉ.

ANDREA DONAJÍ SILVA SOLÍS

21 AÑOS
ESTUDIA
9.º SEMESTRE
DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y LICENCIADO EN PSICOPEDAGOGÍA

"EL SOLAR ES UNO DE MIS LUGARES FAVORITOS PORQUE ES SÚPER NUEVO Y TIENE UNA VISTA INCREÍBLE. AHÍ PUEDO PASAR HORAS PLATICANDO CON MIS AMIGOS, HACER TAREA Y VER LAS HERMOSAS MONTAÑAS DE MONTERREY".



MANUEL TREVIÑO

19 AÑOS
ESTUDIA
3.ER SEMESTRE
DE LICENCIADO EN NEGOCIOS GLOBALES

"ES MI ZONA FAVORITA DE LA UDEM PORQUE ES UN LUGAR DONDE ME PUEDO RELAJAR Y PLATICAR CON MIS AMIGOS. ESE DÍA TENÍA UN ATARDECER INCREÍBLE".

RIXIO GERARDO PORTILLO RÍOS

38 AÑOS
PROFESOR
ESCUELA DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES UDEM

"LA NATURALEZA, LA SOMBRA DE LOS ÁRBOLES Y EL SONIDO DEL AGUA QUE ESTÁN EN EL SOLAR SON UNA BUENA MANERA PARA EMPEZAR EL DÍA. EL HUMANISMO, LA APERTURA Y EL SERVICIO TAMBIÉN FLUYEN COMO UN RÍO EN LA EDUCACIÓN Y VIDA COMUNITARIA QUE VIVIMOS TODOS LOS DÍAS EN LA UDEM".

NATALIA DAREN QUINTERO MORENO

19 AÑOS
ESTUDIA
3.ER SEMESTRE
DE LICENCIADO EN MERCADOTECNIA Y ESTRATEGIA CREATIVA

"EL SOLAR ES MI LUGAR FAVORITO. LOS DÍAS QUE ESTOY ESTRESADA O SATURADA VOY A SENTARME EN UN PUFF PARA RELAJARME. AHÍ MI CREATIVIDAD FLUYE COMO EL AGUA, ADEMÁS, INSPIRA CONVERSACIONES MÁS INTERESANTES Y DIVERTIDAS CON MIS AMIGOS".

ANÍBAL BARAJAS LÓPEZ

21 AÑOS
ESTUDIA
7.º SEMESTRE
DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

(¡No dejes de leer su artículo sobre los GOATs del deporte en la página 124! Se rumora que la idea le llegó cuando admiraba el CRGS).

"ES MI LUGAR FAVORITO PORQUE FUE LA PRIMERA IMPRESIÓN QUE TUVE DE LA UDEM. EL CRGS REPRESENTA PARTE DE SU ESENCIA, ES LO PRIMERO QUE VEO CUANDO LLEGO Y LO ÚLTIMO CUANDO ME VOY".

LETICIA GÓMEZ PEZINO

20 AÑOS
ESTUDIA
3.ER SEMESTRE
DE LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

"ME ACUERDO QUE TOMÉ ESTA FOTO JUSTO ANTES DE QUE SE CANCELARAN LAS CLASES Y SIEMPRE QUE LA VEO ME DA MUCHA NOSTALGIA. AMO EL CRGS POR DENTRO Y POR FUERA, ME ENCANTABA VER PASAR LA MAÑANA DESDE AHÍ".

MELISSA ESPINOSA MÁRQUEZ

20 AÑOS
ESTUDIA
5.º SEMESTRE
DE INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

"CUANDO LLEGO A LA UDEM Y ME RECIBE ESTA VISTA, ME PONGO FELIZ. AL VER LOS COLORES DEL AMANECER QUE RESALTAN EL CERRO DE LA SILLA SIENTO QUE INICIA UN NUEVO DÍA EN EL QUE DEBO DAR LO MEJOR DE MÍ PARA SEGUIR CONSTRUYÉNDOME".

MAURICIO GERARDO LIRA CANTÚ

17 AÑOS
ESGTUDIA
5.º SEMESTRE
DE BACHILLERATO MULTICULTURAL EN PREPA UNIDAD SAN PEDRO

"EL LLEGAR AQUÍ DESPUÉS DE LA PREPA ME DA MUCHA ENERGÍA PORQUE ES DONDE ME CONECTO CON MI ESCUELA, MIS AMIGOS Y CON OTROS ESTUDIANTES. NO IMPORTA SI TUVE UN MAL DÍA: ESTAR EN EL CCU ME REINICIA Y LLENA DE ALEGRÍA".

MARÍA ELENA AGUILERA VALDEZ

23 AÑOS
ESTUDIA
9.º SEMESTRE
DE LICENCIADO EN DERECHO Y FUNCIÓN PÚBLICA

"MI LUGAR FAVORITO ES DONDE SEA QUE ESTÉN ELLAS".

GUILLERMO CAMPOS

19 AÑOS
ESTUDIA
3.ER SEMESTRE
DE LICENCIADO EN NEGOCIOS GLOBALES

"EN ESTA PARTE DE ESTOA CORRE MUY BIEN EL VIENTO, TIENE MUY BUENA VISTA DE LA UNIVERSIDAD Y ES EL MEJOR LUGAR PARA PASAR LAS HORAS LIBRES".

JULIETA VÁZQUEZ CASTILLO

22 AÑOS
ESTUDIA
9.º SEMESTRE
MÉDICO CIRUJANO Y PARTERO

"ES UNO DE MIS ESPACIOS FAVORITOS PORQUE, DURANTE LOS ÚLTIMOS CUATRO AÑOS, LA 'RESIS' ES MI HOGAR. AQUÍ HE COMPARTIDO MUCHOS ATARDECERES Y NOCHES DE ESTUDIO CON MIS MEJORES AMIGOS".

SAPIENS

1

CORONAVIRUS, ELECCIONES EN ESTADOS UNIDOS Y TEORÍAS DE LA CONSPIRACIÓN

Dr. Jason R. Weidner

Jason Russel Weidner realizó sus estudios de licenciatura en Relaciones Internacionales en el Roanoke College, en Estados Unidos; la maestría en Estudios Internacionales en el Instituto de Estudios Internacionales de la Universidad de Chile, y el doctorado en Relaciones Internacionales en la Florida International University, en Estados Unidos. Está adscrito como profesor del Departamento de Relaciones Internacionales, división de Ciencias Sociales y Derecho, en la Universidad de Monterrey. Tiene publicaciones en revistas indexadas y ha participado en diversos congresos internacionales. Sus líneas de investigación comprenden las áreas de la teoría política internacional, la gobernanza global, la globalización, el regionalismo, los acuerdos comerciales, el derecho de propiedad intelectual, marca país y la política medioambiental global.

Las medidas sanitarias y las acciones para frenar el COVID-19 y al virus que lo causa (SARS-CoV-2) por parte del gobierno y la sociedad de Estados Unidos ha sido de las peores en el mundo y, seguramente, la peor de los países más prósperos del mundo. El Coronavirus ha causado un quiebre económico sin precedentes y ha puesto en duda la reelección del presidente Donald Trump, a quien una gran mayoría de estadounidenses considera que no ha respondido adecuadamente a la emergencia de salud.

Para muchos observadores fuera de Estados Unidos, la incapacidad del país para tomar incluso las medidas mínimas adoptadas en diversos grados en otras naciones del mundo, aunado al fracaso para prevenir niveles catastróficos de muertes y efectos económicos, es muy impactante. ¿Cómo se explica esto? Una razón principal es que existe una relación compleja entre el virus y la incapacidad o falta de voluntad del gobierno y la sociedad de Estados Unidos de enfrentar de manera apropiada a la pandemia. Esta relación está mediada por un segundo "virus" que circula desde mucho antes de que el Coronavirus golpeara el país.

Este otro virus es el pensamiento conspirativo que ha cobrado fuerza en Estados Unidos (y, para ser claros, también en muchos otros países, aunque en diferentes formas). Este "movimiento de conspiración" exacerba la desconfianza ya existente que ciertas personas tienen hacia los científicos, líderes políticos y los principales medios de comunicación, y obstaculiza el conjunto de acciones que los expertos médicos afirman ser necesarios para mitigar la propagación y los efectos del virus real: el uso generalizado de cubrebocas, distanciamiento social, un régimen de pruebas robusto.

El ejemplo más claro del movimiento de conspiración en Estados Unidos se conoce con el nombre de QAnon. Se supone que "Q" es el nombre en clave de un miembro del gobierno de Estados Unidos con autorización de máxima seguridad. Este personaje anónimo (de ahí el "Anon") advierte una lucha secreta entre el presidente estadounidense y miembros de un supuesto "estado profundo" que tratan de sabotear la presidencia de Trump. Además, estos presuntos saboteadores son adoradores de Satanás y miembros de una red de tráfico sexual infantil. Si bien suena absurdo, esta conspiración ha sido cortejada y legitimada por el propio Trump, por su campaña y por un número significativo de legisladores republicanos.

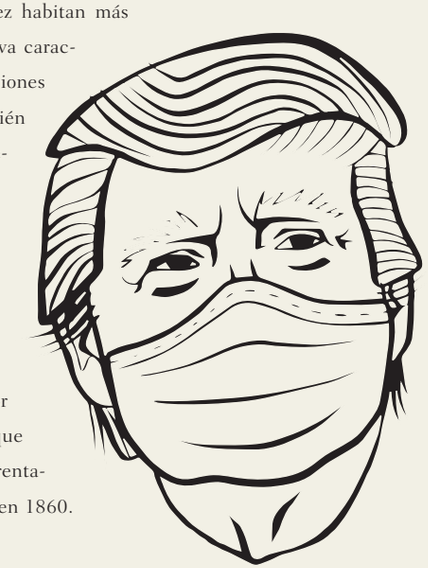
> Lo que es aún más preocupante es la posibilidad de que un gran número de sus partidarios, quienes cada vez habitan más en una realidad alternativa caracterizada por conspiraciones extrañas y falsas, también se negarán a aceptar la legitimidad de los resultados.

Antes del ascenso de QAnon, en una parte considerable de la población estadounidense ya existía una falta de fe en los expertos científicos y en las figuras de la autoridad pública. Sin embargo, cuando se combina con la creciente polarización política en el país, la propagación de este movimiento de conspiración — en un contexto de una pandemia devastadora— y cercana a las próximas elecciones (noviembre de 2020), la situación es extremadamente precaria.

La adopción de medidas sanitarias preventivas básicas no solo se ha convertido en un tema políticamente polarizado —con un porcentaje significativamente mayor de demócratas que apoyan estas medidas que el porcentaje de republicanos que lo hacen—, sino que el resultado final de las elecciones de noviembre también está en duda debido a la propagación de esta conspiración viral.

Donald Trump, ya sea ante la creciente probabilidad de su derrota, o simplemente en preparación para esa posibilidad, ha cuestionado en innumerables ocasiones la legitimidad de la elección y alega (falsamente) que el uso generalizado de las boletas electorales por correo resultará en fraude. ¡Incluso planteó la idea de posponer la elección, pero fue rechazada mayoritariamente por los líderes republicanos del Congreso! Conocemos su carácter y humores personales, especialmente su incapacidad de admitir errores o aceptar la derrota, por lo que es casi seguro que no aceptará el resultado electoral si el candidato demócrata Joe Biden es declarado ganador a la Presidencia de Estados Unidos. Esto, en sí mismo, no tiene precedentes en la historia política del país y seguramente representará un grave desafío para el sistema político de la democracia norteamericana.

Lo que es aún más preocupante es la posibilidad de que un gran número de sus partidarios, quienes cada vez habitan más en una realidad alternativa caracterizada por conspiraciones extrañas y falsas, también se negarán a aceptar la legitimidad de los resultados. El desenlace final, agravado por la muerte y la enfermedad a gran escala, así como por el profundo quiebre económico, podría ser la mayor crisis social y política que Estados Unidos haya enfrentado desde la Guerra Civil en 1860.



2

SI NO ERES DIGITAL, NO EXISTES

Hace tiempo, impartí en el Departamento de Arte de la UDEM, la materia de Pintura Asistida por Computadora. Encontré un dilema con el que me familiarizaría: ¿cómo se resguarda el arte digital? Si pienso en los juegos de Nintendo de 1990, no basta con preservar el *software*, se debe conservar la consola donde se jugaba.

Cebra en arte ASCII

Cebra en formato JPG

En los ochenta existía el arte ASCII, en el cual utilizaban caracteres para crear imágenes. Al comparar esas imágenes con las fotografías actuales que se pueden imprimir, la diferencia es abismal, pero si se piensa en términos de lo que se podía hacer en ese entonces con una impresora de cadena, el arte ASCII era algo complejísimo.

Pensando en las alumnas de aquel curso, sus obras de arte tenían una resolución muy pobre para estándares actuales y cabían en un disquete de 3½. Las computadoras que usaron hace 15 años no se comparan con las de hoy —respetando su contexto, son obras admirables.

Todos hemos visto el mural de *La última cena*, de Leonardo da Vinci. Creo que Da Vinci no esperaba que este mural durara más de 100 años pero, de hecho, ya tiene más de 500 y su deterioro es evidente. Ahora, ubiquémonos en 2020. La mayoría de las creaciones artísticas están digitalizadas. En un instante puedes consultarlas en Google. ¡Qué bueno que ahora podemos digitalizar todo para que, de ocurrir una catástrofe, no se pierdan los tesoros de la humanidad! Es genial digitalizar la historia: fotografías, videos, libros y un sinfín de obras creadas por el hombre.

Sin embargo, ¿cuál sería el impacto si un viento solar produjera tal radiación electromagnética que borrara de golpe todo el contenido de los servidores en el planeta? Es un escenario poco probable, aunque posible. Imagínense qué sería para ustedes perder en un instante todas sus fotos, videos, música, correos y documentos. Desaparecerían todos los registros que la humanidad tenía resguardados en medios digitales.

Por otro lado, hay otra razón más poderosa: piensen en sus últimas vacaciones y miren una foto de ese viaje. ¿Creen que es lo mismo ver una foto que estar en el lugar? Estar frente a la puerta de Brandenburgo o las pirámides de Teotihuacán nunca se comparará con mirar una foto del lugar. Los sonidos, olores, el clima y el simple hecho de poder voltear a todos lados, convierten la experiencia en algo muy diferente.

Recuerdo la primera vez que llevé a mi hijo menor a París y vimos *Los girasoles* de Van Gogh. Tiempo después, su maestra de arte me contó que, cuando ella le mostró una foto del cuadro, él comenzó a describir con entusiasmo la diferencia que hay entre ver manchones de pintura al acercarse al óleo y comenzar a ver las flores al situarse a unos metros de distancia. Es decir, una vivencia no tiene comparación. Por eso, cuando me dicen "si no eres digital, no existes", yo respondo: existes porque no eres digital, pero qué cómodo es tener un respaldo.

Dra. Marta Sylvia del Río

Profesora en la UDEM y directora regional UXPA para América Latina. Es coautora de cinco libros y tiene más de 30 años como profesora en Ciencias Computacionales. Es consultora y conferencista internacional sobre temas de experiencia de usuario y diseño inclusivo. Fue directora de los posgrados UDEM en Diseño e Ingeniería. Tiene un doctorado por la Universidad de La Laguna, Tenerife.

FOTOS: CORTESÍA Y SHUTTERSTOCK

3

CHINA Y LAS PANDEMIAS

La inminente amenaza global y sin fronteras sobre la aparición de nuevas enfermedades emergentes se hace latente en la actualidad refiriéndonos al virus SARS-CoV-2 que ocasiona la enfermedad COVID-19.

Las pandemias forman parte de la historia de la humanidad: a lo largo del camino han ocasionado millones de muertes hasta el momento y a pesar de los avances tecnológicos y médicos seguimos sin poder encontrar la forma de evitarlas y/o detenerlas. La mayoría de las pandemias más recientes tienen en común su origen en Asia, en específico en China.

Pero, ¿por qué en China? Tal vez sea una pregunta no tan difícil de resolver y a la vez con una respuesta clara a la vista de todos, que tal vez no hemos querido voltear a ver.

El cambio en la población humana con la urbanización rápida y extrema, provocando el hacinamiento de personas en países asiáticos —en los que actualmente vive más del 50% de la población mundial— conlleva a una deforestación exagerada, con la repercusión en cuanto a la convivencia mutua y permanente entre animales salvajes, animales domésticos y la población humana. Esta triada mortal corresponde a un aumento exponencial en el riesgo de aparición de enfermedades zoonóticas con gran potencial pandémico.

Haciendo referencia al probable origen de la pandemia COVID-19, estudios científicos tras el análisis filogenético argumentan su posible asociación con el murciélago (animal salvaje), el cual puede ser el huésped original de este nuevo Coronavirus, teniendo muy seguramente un huésped intermediario (animal doméstico) que, por su proximidad, facilita la transmisión del virus a los humanos.

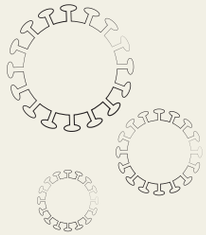
Los mercados chinos de animales vivos como ganado vacuno, gallinas y cerdos (ricos en biodiversidad y caracterizados principalmente por su crianza en espacios limitados, falta en el control de enfermedades zoonóticas y condiciones insalubres) seguramente albergan hoy en día numerosos patógenos con riesgo potencial de generar pandemias a corto y largo plazos.

Además, ciertos animales como tigres, bilis de oso, gatos salvajes o escamas de pangolines son utilizados para medicamentos cuestionables de la medicina tradicional china. Y no olvidemos la cultura gastronómica asiática, con consumos de alimentos naturales crudos o semicrudos para así conservar sus nutrientes originales.

Es evidente que un inadecuado saneamiento ambiental y la falta de higiene en los alimentos son la principal causa de enfermedades infecciosas en los humanos. Todas las acciones y estrategias en salud pública deben ser dirigidas a estos dos aspectos para poder evitar la aparición de una nueva crisis pandémica.

No sabemos cuándo ni dónde surgirá una nueva pandemia; de lo que sí podemos estar seguros es que el COVID-19 no será la última ni la más mortal. Mientras la humanidad no tome las medidas necesarias en cuanto al desarrollo de estrategias para minimizar las terribles consecuencias de los efectos humanos sobre las reservas ecológicas, y mientras no aprendamos de las pandemias pasadas, siempre estaremos condenados a repetirlas.

La pregunta que surge tras estos argumentos: ¿estás preparado para enfrentar la próxima pandemia y no morir en el intento?



Dr. Omar Alejandro Rangel Selvera

El Dr. Omar Alejandro Rangel Selvera es profesor de Salud Pública en la UDEM e Investigador en Salud, con maestría en Epidemiología por la Universidad Autónoma de Madrid, España; especialidad de Geriatría en el Hospital Central de la Cruz Roja, Madrid, España, y médico cirujano y partero por la Universidad de Monterrey. Ha realizado publicaciones científicas destacadas en la *Revista española de geriatría y gerontología*.

HÉROES

Cuando el mundo cambió, estos udemitas aprovecharon el momento para sacar lo mejor de ellos. Respiradores accesibles, donativos de caretas a hospitales, cabinas de protección, propuestas de rescate para el turismo e innovaciones en energía fueron parte de las acciones que estos alumnos tomaron para sumarse al esfuerzo colectivo en la lucha contra el COVID-19.

AIRE PARA TODOS

En pleno proceso de tesis, ellos decidieron cambiar su proyecto para atender uno de los problemas más graves: la falta de respiradores. Andrés González Ramos, Sergio Caballero Lozano, Omar Beltrán Márquez y Víctor Cárdenas Domene, estudiantes de Mecatrónica, crearon AMBUDEM-2020, un innovador aparato de bajo costo alcanzable para el mercado mexicano. “Al ser un diseño simple, cualquier persona sin ninguna maquinaria especializada puede reproducirlo”, explicó su asesor Raúl Quintero. El equipo está en proceso de ser patentado y avalado por la Cofepris para su uso médico, además de que está al alcance de todos, con los planos e información en el portal de la UDEM.

IMPARABLES

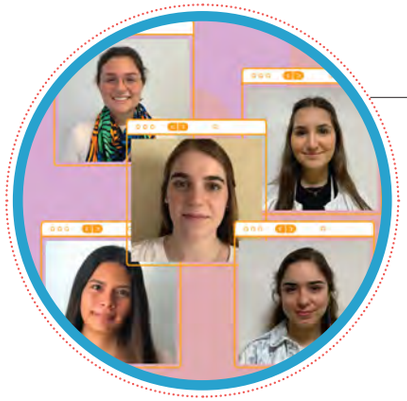
En marzo de 2020, Alejandro de la Garza González detuvo lo que hacía para ayudar a la comunidad. Junto con Spacelab, *startup* regiomontana, este alumno de Diseño Industrial construyó y donó mil caretas a la Secretaría de Salud estatal, sin ningún tipo de lucro. Su aportación no paró ahí: también repartió 300 máscaras a diferentes hospitales del país. Por su parte, Spacelab está desarrollando una variante de respirador que solo necesita cinco piezas y se sumará a las donaciones en cuanto esté listo.

CUIDANDO A LOS QUE NOS CUIDAN

El personal médico es de los más expuestos al contagio del Coronavirus. Esta carencia llamó la atención del profesor de Ingeniería Biomédica, Hiram Cantú Campos, y de dos alumnos, Karla Angélica Peña Guerra y José Alejandro Garnica López, que se preocuparon por diseñar y fabricar una cabina sanitaria para proteger a los héroes del año. Su esfuerzo llamó la atención de dos exaUDEM: Patricio García Pineda y Mario Enrique Leal Leal, socios de la empresa Loop Design Center, y los apoyaron con ajustes para que fuera de uso universal. La primera cabina se construyó con recursos propios de este grupo de udemitas y están trabajando para obtener apoyos financieros que permitan hacer una gran donación a todos los hospitales públicos y privados.

DISEÑANDO UN MEJOR FUTURO

Con la visión de un futuro más sustentable que nos ayude a prevenir crisis futuras, los resultados del proyecto Helios (desarrollado en el semestre de Primavera 2020) sorprendieron a Javier Verdura, director de Diseño de Producto de Tesla, profesor invitado y líder del proyecto. “Todo esto es mi pasión y es como me gano la vida. Me emocionó mucho ver las ganas de los alumnos en este proyecto”, comentó Verdura en entrevista con la UDEM. Los prototipos incluyen un tapete que genera energía a través de las pisadas, contenedores que separan los residuos de basura con una app, un espacio de convivencia como centro de acopio y un calzado modular con componentes reciclables. Es una probadita de la capacidad de los estudiantes (¡de ocho programas académicos distintos!) que diseñan un mundo sin desperdicios.



LAS NORTEÑAS CHANGE MAKERS SOLUCIONAN LOS VIAJES

Balbina, Karla, Celina, Sofía, Mariana y María (estudiante de intercambio de Colombia) son Las Norteñas Change Makers y están listas para cambiar la industria turística con innovadoras soluciones de viajes seguros en un futuro. Su impresionante trabajo las llevó a ganar el premio Hemisferio Occidental, en el concurso UNWTO Student League. La experiencia todavía no acaba: si las condiciones lo permiten, la etapa final del concurso será en Madrid, España. ¡Mucha suerte, sabemos que lo lograrán!

FOTOS: CORTESÍA

CLASS NOTES

Tal vez tus años universitarios ya pasaron y no vas todos los días a la UDEM, pero el espíritu udemita de ayudar a los demás siempre estará contigo a donde vayas. Estos ExaUDEM aprendieron muy bien esta lección, la aplicaron durante la emergencia sanitaria y aportaron su granito de arena desde sus trincheras.

Acelera las pruebas

TOMÁS IGLESIAS GONZÁLEZ

Para prevenir la histeria y facilitar el trabajo de los profesionales de la salud, Tomás Iglesias González y su equipo en Osiris HealthTech crearon el cuestionario "Test rápido de COVID-19", que te permite determinar si tienes síntomas de este virus. Completar las preguntas toma menos de dos minutos, es gratuito, confidencial y, por supuesto, respeta los lineamientos tanto de la Organización Mundial de la Salud como del IMSS. Este test acelera el proceso de pruebas y evita que cada caso sospechoso acuda a un hospital y sature el sistema de salud.
Conoce más en https://omi.app/covid-19

Desechos que nos protegen

ANA LABORDE AGUIRRE Y
EDUARDO RIVERA GARZA

Este par aprovecha al máximo los recursos. Ana Laborde Aguirre, egresada de Comercio Internacional, y Eduardo Rivera Garza, de Derecho, se preocuparon por la necesidad de equipo para el personal médico y utilizaron su innovadora creación del poliagave para fabricar y donar 50 mil caretas. Este material plástico biodegradable, producido con los desechos de la agroindustria, es la patente de su empresa sustentable Biosolutions, en la que han formado conexiones con otras empresas privadas para entregar caretas en Coahuila, Tabasco, Oaxaca y la Ciudad de México. Su aportación no acaba ahí: lograron que el proyecto fuera autosostenible, al venderlas al público y así financiar la producción de otro lote que donarán.

Cubrebocas de diseñador hecho en casa

MIGUEL MACÍAS

"Si tenemos la capacidad para poner nuestro grano de arena, no creo que exista excusa válida para no querer ayudar", aseguró Miguel Macías, egresado de Diseño Textil y de Modas. Con estas ganas de ayudar, compartió una sencilla plantilla para crear un cubrebocas casero, la cual propone el uso de materiales que todos tenemos en casa —una playera vieja o una funda de almohada— para alentar a las personas a protegerse y cuidar a los otros. Además, junto con su equipo en Macrez, su marca de moda, cosió y donó mascarillas a hospitales infantiles en Toluca y la Ciudad de México. Macías cree que parte de su responsabilidad como diseñador va más allá de confeccionar prendas: le gustaría poder financiar becas a otros estudiantes que necesiten este apoyo para lograr sus sueños.

Temperatura automática

ANDRÉS GARZAFOX CÁZARES

Para Andrés Garzafox Cázares, su rol en la batalla contra el coronavirus es cuestión de grados. Inspirado en los controles de temperatura que usaron en Corea del Sur –uno de los países que contuvo rápidamente la pandemia–, este ingeniero biomédico diseñó un innovador termómetro infrarrojo en forma de tótem que mide a distancia y mantiene un registro trazable. El aparato reduce el riesgo de contagio para el personal de salud, optimiza los protocolos sanitarios y empresas como DHL e Interfactura, entre otras, adoptaron este proyecto.

KICKER

EL JUEGO DEL CABRITO

No veas este cabrito

@360udem

La creación de un futuro humanista,
sí se aprende
en la UDEM

PREPA UDEM

prepa.udem.edu.mx

UDEM | INSPIRANDO TU MEJOR VERSIÓN