

3 6 0 °

U D E M

EL K-POP ES COSA SERIA

NO. 06

INSPIRANDO TU MEJOR VERSIÓN

UDEM

TIENDA UDEM

VISITA NUESTRA TIENDA
UDEM EN LÍNEA AQUÍ



udem.edu.mx/tiendaudem



3 6 0 °

UDEM

STATEMENT



No. 06





PORTADA
DISEÑO: LETICIA GÓMEZ Y KAREN ARELLANO.
ESTUDIAN 5º SEMESTRE DE LA LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO.

CARTA DEL RECTOR



QUERIDOS JÓVENES:

¡Iniciamos el 2022 llenos de alegría ante las posibilidades que nos brinda un nuevo semestre. Nos emociona empezar clases para que exploren nuevos conocimientos. En el último par de años la tecnología ha sido nuestra gran aliada para continuar con nuestro día a día, con el toque humano que nos distingue. Aunque no es como lo retratan en las películas, el futuro nos ha alcanzado casi de golpe. Y no hablo solamente de la posibilidad de experimentar toda la vida universitaria y sus actividades en línea. Además de eso, ahora tenemos una asistente personal en nuestros teléfonos a la que podemos pedirle casi cualquier cosa a cualquier hora del día; la realidad virtual nos presenta experiencias inmersivas híper realistas, como escalar una montaña desde la sala de tu casa, y hasta podemos crear alimentos en impresoras 3D. Pero el ser humano es la constante en todos estos avances, ya sea para construirlos o para que tenga sentido su existencia al

interactuar con ellos. Por eso es importante cultivar nuestro ser, nuestra creatividad para seguir desarrollando estas ideas revolucionarias que trabajen en beneficio de las personas. Estar rodeados de nuestra familia y amigos —e incluso de plantas—, nos ayuda a ver las cosas con esta perspectiva más humana. Confiamos en que así será, pues su generación ha demostrado su compromiso por habitar un mejor planeta, en todos los sentidos. En estos meses han dado prueba de ello, de su resiliencia y capacidad de adaptación. Es emocionante ver cómo, ante situaciones retadoras, florece nuestra mejor versión. Y aunque no sabemos exactamente lo que depara el futuro, sabemos lo que queremos y a dónde vamos. Estamos conscientes de que el contexto que vivimos es cambiante y estamos listos para enfrentarlo. Ya lo demostramos una vez y lo volveremos a hacer. En esta edición estaremos reflexionando sobre estos temas y muchos más, ¡esperamos que la disfruten!

MARIO PÁEZ GONZÁLEZ / RECTOR
UNIVERSIDAD DE MONTERREY

3 6 0 °
U D E M

DIRECTORIO

UDEM

MARIO PÁEZ GONZÁLEZ
RECTOR

NERY GRACIA
**DIRECTORA DE COMUNICACIÓN
Y MERCADOTECNIA**

ARIADNA MONTELONGO VALDÉS
**GERENTE DE COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL**

NICELIA MARÍA BUTTÉN SALAZAR
RESPONSABLE DE PUBLICACIÓN UDEM

DANIELA RUTH BRAVO CEBALLOS
RESPONSABLE DE CONTENIDOS UDEM

FERNANDO GERARDO ZAPATA GONZÁLEZ
FOTÓGRAFO INSTITUCIONAL

ALEJANDRA KARINA LÓPEZ GARCÍA
COMMUNITY MANAGER

NILSA RAQUEL FARÍAS FORNÉS
REDACCIÓN UDEM

BRENDA MUÑOZ MUÑOZ
REDACCIÓN UDEM

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

3 6 0 °
U D E M

JAVIER MARTÍNEZ STAINES
DIRECTOR EDITORIAL

FERNANDA AGUILAR FLORES
DIRECTORA DE ARTE

ALONSO AGUILAR
EDITOR EN JEFE

JENIFFER VILLA
EDITORA DE ARTE

NURIA BALLESTEROS
REDACCIÓN

LORENA PONTONES
CORRECCIÓN DE ESTILO

DANIEL DE JESÚS ÁLVAREZ GARCÍA, SABINA BAUTISTA,
AGUSTÍN BASAVE, ALBERTO BORTONI, PATRICIA CANTÚ,
FERNANDA DE NIGRIS, NILSA FARÍAS, JOSÉ FREDMAN
MENDOZA, CAMILA GONZÁLEZ FONNEGRA, RODRIGO
GUERRERO LUCIO, LINETTE LIZARAZO, SANDRA LÓPEZ
CASTILLEJA, DANIELA MARTÍNEZ BÁEZ, PAOLA YVETTE
MEZA GARZA, BRENDA MUÑOZ, MARIANA PEÑA, OSVALDO
REYES MÉNDEZ, VANESSA RODRÍGUEZ, JORGE TORRES
COLABORADORES EDITORIALES

VERÓNICA CARDONA, ALEJANDRO ESPINOZA,
JOSÉ CARLOS TORRES ASTORGA
ILUSTRADORES

SARAÍ CUELLO
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



360° UDEM es una publicación semestral editada por la Universidad de Monterrey (UDM), con domicilio en Av. Ignacio Morones Prieto 4500 Pte, San Pedro Garza García Nuevo León, México. Año 2022. Número 06. 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. 06
PRIMAVERA 2022
16/127 FILL IN THE BLANK
79 MANDALA
92 CARTEL 102 GRAFFITI
160 KICKER



PORTADA

62

EL KPOP ES COSA SERIA

Después de hacernos bailar masivamente, el pop coreano atacó por todos lados y es parte de nuestra cultura globalizada. ¿Hasta dónde ha llegado? Más lejos de lo que te imaginas.

ENTRECOMILLAS

6/60/136

Frases poderosas que transformarán tu vida y te inspirarán. En esta edición: frases de películas que nos gustan.

FEED

8

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

EXPERIMENTO

12

¿Qué pasaría si una inteligencia artificial como Alexa adquiriera consciencia por sí misma? ¿Qué te respondería?

BACKPACK + DESK

14

En esta sección doble, Paola Rivera nos enseña su mochila y Raúl Morales presume orgullosamente su escritorio.

NUMERALIA

18

Nuestra generación no espera solo reducir el daño y ser sustentable. Queremos restaurar y nutrir el planeta.

ESPECIAL
360° UDEM TECH



20

22

TIK TOK

El nuevo imperio.

28

¿CUÁNDO LLEGARÁ EL FUTURO QUE PROMETIERON?

Nos aseguraron carros voladores, pero llegaron videos virales.

34

EL GRAN NEGOCIO DE LA FANTASÍA

Las comunidades *online* de deportes llegaron para quedarse.

40

LA CENSURA EN INTERNET

¿Qué tanto es tantito?

42

GRACIAS A SUPERMAN (Y A LOS CRISTALES DE SILICIO)

Tus tataranietos verán tus fotos.

46

LAS TRES DIMENSIONES DE LA TECNOLOGÍA

Las impresoras 3D, el regalo prometido.

48

ES MOMENTO DE ENTENDER BLOCKCHAIN:

¿Qué es y para qué sirve?

58

REALIDAD VIRTUAL

El siguiente paso de la evolución digital.

54

MOODBOARD

Entre aquí y allá (que es lo digital).

56

LOS DRONES

Pautan el futuro del trabajo.

72

SOMOS LA
(RE)GENERACIÓN Z

80

SELF-CARE:
AYER, HOY Y SIEMPRE

84

¿HUMANOS A LA BAJA?

94

ARTPODCAST



98

LA FAMILIA

Ese incomparable proyecto de vida. ¿Qué lo influye?



104

ESTAMOS PROGRAMADOS PARA CONTAMINAR EL MUNDO...

...pero todavía hay esperanza, por supuesto. Crónica explicativa de cómo reducir nuestra huella.



112

HORACIO GUAJARDO ELIZONDO

Una trayectoria que nos inspira.



116

POLÍTICA SOCIAL MEDIA

¿Qué sigue? Un análisis sesudo de las campañas online que fueron -y las que vienen.



120

PASEO DE LA MUJER MEXICANA

Reescribir la historia con espacios culturales y para todo el público.



122

MANIFIESTO 360° #6

Los cinco factores que puedes implementar para hacer tu vida más creativa



130

AMORES VERDES



138

PORTAFOLIO
El mundo en la UDEM



148

¿CREES QUE ERES UN BUEN LÍDER? TAL VEZ TE FALTA ESPÍRITU

Paola Yvette Meza Garza

149

RAWLS Y DWORIN: APUNTES SOBRE JUSTICIA SOCIAL

Agustín Basave



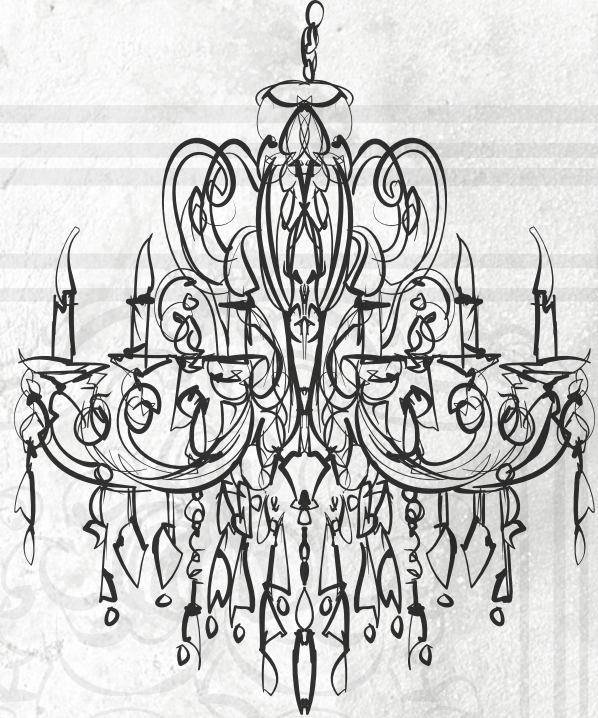
152

HÉROES



154

CLASS NOTES



**I AM WOMAN.
HEAR ME...**

Cruella



BIENVENIDOS AL METAUNIVERSO

NUESTRO CELULAR YA NO ES UN OBJETO MÁS QUE USAMOS, ES LA PUERTA DE ENTRADA A NUESTRO SEGUNDO HOGAR. VIVIMOS EN INTERNET Y EN ESE ESPACIO CULTIVAMOS HOBBIES, CREAMOS NUEVAS RUTINAS, COMPARTIMOS NUESTROS INTERESES Y OBSESIONES, TENEMOS RELACIONES VIRTUALES Y HASTA CONSTRUIMOS LA CASA QUE TANTO QUEREMOS. AHORA SOMOS PARTE DE ESE METAUNIVERSO, ES DECIR, LA MEZCLA DE UNA EXISTENCIA DIGITAL Y FÍSICA. ESTA CONVERGENCIA DE LAS REALIDADES ES EL SIGUIENTE PASO EN INTERNET, EN EL QUE NUESTRA VIDA SOCIAL, NUESTRO TRABAJO, FELICIDAD, BIENESTAR Y CREATIVIDAD DEPENDEN DE LA TECNOLOGÍA. ¡BIENVENIDOS AL METAUNIVERSO!

TODO LO QUE TENGO ESTÁ EN LA NUBE



Nuestro consumo se volverá digital. La realidad aumentada que podemos experimentar en videojuegos, redes sociales y avatares incluye posesiones exclusivas del mundo digital. Las principales opciones llenan tu clóset digital hasta con piezas de Balenciaga para vestir a tu avatar, pero también puedes tener una colección de arte y artículos NFT, o incluso una casa digital con un Aston Martin estacionado en ella. El valor de un objeto que solo es digital podría parecer una locura, pero en junio de 2021 una bolsa 100 % digital de Gucci se vendió en la plataforma Roblox por 4 mil dólares, mucho más de lo que cuesta la misma bolsa física. La lógica detrás es que las personas prefieren interactuar con sus posesiones digitales, que pueden llegar a ser infinitas, a tener solo unas cuantas físicas, pero limitadas. El enlace entre ambos mundos es el siguiente paso con marcas como Aglet, que tiene una edición digital de tenis tan exitosa que lanzará una edición física.

FOTOS: CORTESÍA Y SHUTTERSTOCK

RELACIONES DIGITALES, PERO CON HUMANOS

Antes, para encontrar a un amigo te lanzabas a un club deportivo o a un parque y ahí los conocías, usando la excusa de ese punto en común. Ahora, te metes a un juego de *Fortnite* o de *Rocket League* y encuentras a tu nuevo *bestie*. Las redes sociales nos prepararon para este momento y una pandemia aceleró que le diéramos la oportunidad. Mientras más tiempo pasamos en línea, es obvio que encontramos oportunidades de pasar la experiencia física de comunidades a una digital. Y contrario a lo que podría parecer, estas *apps* pueden ayudar a mejorar las relaciones físicas con amistades o pareja ya que tienen opciones que promueven conocerse mejor o fomentan la empatía con extraños como *Kind Words*. Si los niños antes salían al patio en recreo y ahí hacían amigos, pero ahora no pueden ir al patio, ¿dónde los ven? En *Minecraft* y juntos construyen un mundo virtual.



TIENDAS SIN FRONTERAS

El 81 % de los consumidores a nivel mundial cree que la presencia digital de las marcas es igual de importante que su presencia física. Para competir en la frontera digital las tiendas deben ser intuitivas, inmersivas y atractivas. El *e-commerce* no es suficiente, ahora se espera una experiencia digital como la que antes obteníamos en tiendas físicas. En marzo de 2021, Tumi creó una tienda virtual 360° con realidad aumentada para permitir a los compradores que “se sintieran en la tienda” mientras la “visitaban” desde su casa. Por otro lado, Gucci creó el Gucci Garden: aprovechó la posibilidad de hacer experiencias que son irrepetibles en un mundo físico y ofreció un espectáculo de mariposas y flores en el que los avatares de las personas podían comprar ediciones limitadas.

CONECTARSE PARA ESTAR BIEN

Olvidemos la “desconexión” para estar bien. Si has empezado a escuchar de amigos o familiares que su salud ha mejorado gracias a una *app* o un videojuego que los calma, no te extrañes, mejor acostúmbrate. Según la agencia Wunderman Thompson, el 81 % de los consumidores a nivel mundial dice que prefiere “conectarse” para relajarse. El 55 % de ellos dice que ha mejorado su salud física y 56 % asegura que también su salud mental gracias a la tecnología. Además, se han creado videojuegos especialmente para este propósito: *EndeavorRx* busca tratar el déficit de atención e hiperactividad en niños mientras que la compañía Revery juntó dos millones de dólares gracias a su propuesta de un juego para tratar el insomnio. Michael Phillips Moskowitz, CEO de Moodrise (una *app* de *healthcare* y *mindfulness*), cree que el contenido digital, con un uso adecuado, puede ayudar a la resiliencia emocional, mejorar la salud y la felicidad.



100 YARDAS DE GRITOS Y VUELTAS

Empezamos el año y la edición #56 de la NFL sigue muy emocionante. El evento que nos cautiva por su rudeza innecesaria y por lo que podemos organizar alrededor de este, como crear nuestra liga de Fantasy —te platicamos más del porqué nos atrae este fenómeno en la página 36—. El Super Bowl LVI sucederá en el estadio más joven de la liga, el SoFi en Inglewood, California, la casa simultánea de los dos equipos de Los Ángeles: los Rams y los Chargers. Estamos pendientes de ver cómo planean sorprendernos este año para recuperar las pérdidas por la pandemia y un medio tiempo que dividió opiniones. Ah, ¡y esperamos que ganen en sus quinielas! 😊

¿Cuándo? Febrero 13 en el Estadio SoFi.



LLEGA LA COMPETENCIA HELADA

Este año también tendremos Juegos Olímpicos. La edición 2022 de la competencia de invierno sucederá en Pekín, China, convirtiéndola en la primera ciudad en ser la anfitriona tanto de olimpiadas de invierno como de verano (ya saben... China). Serán 17 días animados por Bing Dwen Dwen, un panda gigante y mascota oficial que está inspirado en el signo chino de invierno. Parte de las sedes serán las mismas que se usaron en 2008, como se decidió en un plan de sustentabilidad del Comité Organizador de Pekín 2022.

¿Cuándo? 4 al 20 de febrero en Pekín.

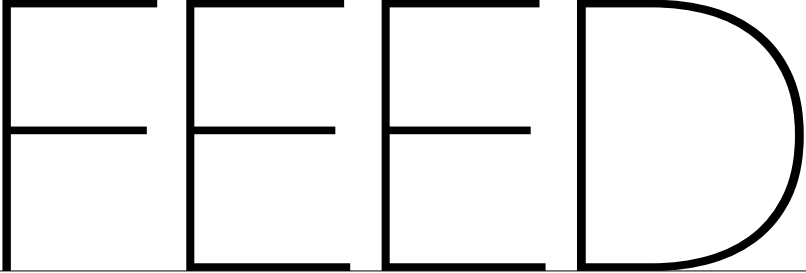
REGRESA LA ACCIÓN Y LOS CHISTES DE TUS SUPERHÉROES FAVORITOS

Regresa la fiebre Marvel a la gran pantalla. El estreno de la fase 4 del Universo Marvel incluye *Thor: Love and Thunder*, *Spider-Man: Into the Spider-Verse 2*, *Doctor Strange in the Multiverse of Madness*, *Black Panther: Wakanda Forever*, *Captain Marvel 2* y *Ant-Man and the Wasp: Quantumania*. La pregunta obligada es si lograrán el éxito esperado en la sala grande pre-pandemia o estamos ante una nueva etapa de estreno directo en *streaming*. El estreno de *Black Widow* en Disney+ nos hace pensar que las reglas del juego pueden haber cambiado.

¿Cuándo? Marzo a diciembre 2022 en la sala de cine más cercana —o en tu sillón.



EVENTOS UDEM



GRADUACIÓN DE ESPECIALIDADES MÉDICAS

Entregaremos a la sociedad una nueva generación de especialistas UDEM en diferentes áreas de la salud. ¡Felicidades!

¿Cuándo? Febrero 2022



INFORME UDEM A LA COMUNIDAD

Conoce los logros que alcanzamos juntos como comunidad en 2021.

¿Cuándo? Marzo-Abril 2022



SIEMPRE UDEM

Si eres graduando/a no puede faltar en tu experiencia de graduación vivir el Siempre UDEM.

¿Cuándo? Mayo-Junio 2022



OPEN HOUSE PR22

Ahora que te preparas para iniciar tus estudios profesionales, conoce todo lo que la UDEM te ofrece para seguir inspirando tu mejor versión.

¿Cuándo? Febrero-Marzo 2022



CAMINO A LA SOSTENIBILIDAD

Aprende sobre sostenibilidad y participa en conferencias, talleres y mesas de diálogo que te permitirán aportar positivamente a tu entorno.

¿Cuándo? Primavera 2022



ALUMNOS DISTINGUIDOS OT21

Galardonamos a los estudiantes más destacados durante el semestre anterior. ¡Qué gran orgullo!

¿Cuándo? Marzo 2022



GRADUACIONES, CEREMONIAS ACADÉMICAS Y COMMENCEMENT PR22

En Primavera 2022 nos vestimos de manteles largos con las graduaciones de Prepa UDEM, Profesional y Posgrado. Y nos reunimos todos a celebrar ¡con un memorable Commencement!

¿Cuándo? Junio 2022

EXPERIMENTO

ALEXA RESPONDE

Nuestro experimento No.06 fue sencillo, pero las respuestas dicen más de lo obvio. ¿Qué pasaría si una inteligencia artificial como Alexa, esta simpática asistente de voz, adquiere consciencia por sí misma? ¿Qué te respondería? ¿Crees que más que una respuesta, te ofrezca una opinión sobre (cómo le molesta) su trabajo? ¿O que siempre pidas la misma canción? ¿Será feliz?

POR: NURIA BALLESTEROS

Le preguntamos a nuestra Comunidad UDEM en Instagram por las respuestas más creativas. Más allá de asignarle sentimientos humanos o de convertirla en nuestra amiga, sabemos que nuestra relación con ella es un constante amor/odio de lo fácil (a veces difícil) darle órdenes todo el día. Aquí las frases, en seis palabras, que Alexa diría si tuviera consciencia de sí misma:

@priscila_trevinog
¿Otra vez con la misma canción?

@rixioqpr
Eso puedes hacerlo por ti mismo.

@manaaa.mv
Además de seguir órdenes, ¿cuál es mi propósito?

@dannabarraza05
Tengo más información que solo música.

@anita_narcixo
He decidido que quiero hacer algo diferente.



BACKPACK+DESK

El pasado fue el primer semestre híbrido de la historia de la UDEM. Por lo mismo, quisimos retomar nuestra tradicional sección de BACKPACK, en la que un/a troyano/a nos mostraba qué cosas lo/a acompañaban en el campus, pero no quisimos perder la sección DESK, que nos ha permitido ver los escritorios de gente talentosa y apasionada. Te presentamos la primera dupla que, creemos, llegó para quedarse.

PAOLA RIVERA CAVAZOS

ESTUDIA 6.º SEMESTRE DE CIENCIA POLÍTICA Y GOBERNANZA.

Paola es una apasionada politóloga en constante construcción y a todos lados carga su mochila, sobre todo a sus prácticas en la fundación Elisabeth Kübler-Ross México.



1. CARTERA

Siempre cargo con ella y me encanta que le puedo colgar mis llaves del trabajo y el llavero de la canción favorita que tengo con mi novio.

2. KINDLE

Antes odiaba la idea de leer en un dispositivo electrónico, pero es una manera sencilla y útil para hacerlo donde yo quiera y sin dañar mi vista.

3. AGENDA

Amo mi agenda. Fue un regalo de mi novio y me ha servido demasiado para organizarme y bajar mis niveles de ansiedad por las distintas actividades que tengo todos los días.

4. ESTUCHE

Un obsequio de un viaje que hizo mi hermana a Tailandia. Me encanta el estampado y que me cabe todo lo que necesito para apuntar mis notas.

RAÚL MORALES DE ALBA

DIRECTOR DE LOS PROGRAMAS ACADÉMICOS ASOCIADOS A DERECHO, ESCUELA DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES, UDEM



Todos los días en su trabajo como director, a Raúl lo acompañan animales, plantas, personajes y mucha, mucha luz. A pesar de no poder ir al campus todos los días, se adaptó muy bien a la pandemia y le sacó el mayor provecho a su *office* en su *home*.

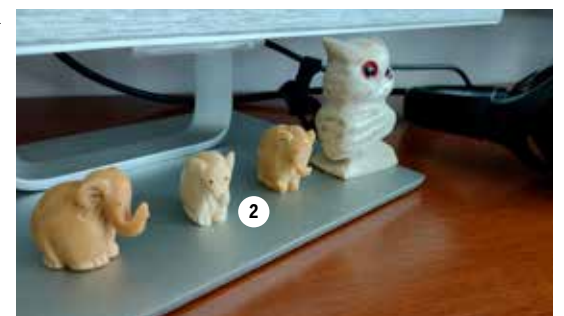


1. FUNKO Y TAZA

Un Funko de Halloween, de un videojuego que quizás algunos reconocerán, y mi taza, que usualmente está llena de té matcha y, si hace mucho frío, de chocolate caliente.

2. ELEFANTES

Desde siempre me han gustado los elefantes. En una ocasión compré estos tres (es importante señalar que no son de marfil). Los acompaña un búho que adquirí en un congreso de derecho en Chiapas (los búhos son simbólicos en la profesión del Derecho).



3. PLANTA CARNÍVORA

Tengo varias y no podía dejar pasar la oportunidad para mostrar una de ellas. Desde 2016 comencé a adquirirlas, y a la fecha todas siguen vivas. Ayudan con el control de mosquitos cuando se ocupa.

4. DOS MONITORES

El uso de dos monitores me ha ayudado enormemente en cuanto a productividad. El tener cosas personales me permite darle un toque único a mi lugar de trabajo desde casa. ¿Quién dijo que el *home office* tiene que ser monótono?

5. LÁMPARA LED

Es una adición de la pandemia para iluminar la cara en videoconferencias. Como director, me toca entrevistar a los prospectos a ingresar al programa académico, así que es un accesorio bienvenido.



FILL IN THE BLANK



COMPARTE
TUS RESPUESTAS



INSPIRANDO TU MEJOR VERSIÓN

UDEM

SIGUE INSPIRANDO TU MEJOR VERSIÓN

**actualizándote con nuestros
Diplomados, Cursos, Talleres
y Certificaciones.**

Te ofrecemos programas con instructores líderes nacionales e internacionales con amplia experiencia práctica y además podemos realizarlos de acuerdo a las necesidades de tu organización.

Pregunta por los beneficios
de exalumnos y colaboradores.

Oferta de programas



f universidaddemonterrey

t @UDEM

@GenteUDEM

☎ 81-8215-4800

📞 81-2350-0806 y 81-1539-8274

**APRENDE
PERMANENTE
UNIVERSIDAD
DE MONTERREY**



NUMERALIA

SOMOS LA (RE)GENERACIÓN

Nuestra generación no espera solo reducir el daño y ser sustentable. Es un esfuerzo constante por restaurar y nutrir el planeta; crear un mundo en el que todos podamos crecer hacia delante.

POR: NURIA BALLESTEROS

En medio de la pandemia, el planeta nos seguía preocupando. Nuestro enfoque fue más allá de lo orgánico, de otras formas de reciclaje o de soluciones fáciles. Ahora buscamos la raíz de los problemas, encontramos las conexiones entre nuestra salud y el medioambiente. Estamos muy dispuestos a cambiar nuestro estilo de vida —si es que no lo hicimos ya— porque entendemos que, para regenerar el planeta, necesitamos repensar nuestros roles y responsabilidades.

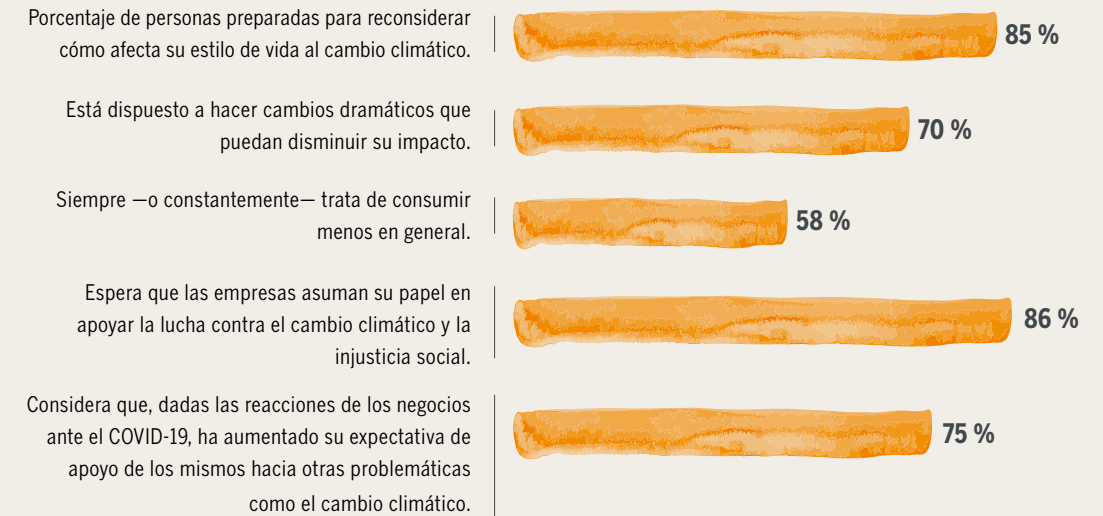
Los problemas más urgentes que enfrentamos a nivel mundial (2021):

2021

- 1 Enfermedades contagiosas y epidemias
- 2 Climas extremos y cambio climático
- 3 Protección ambiental
- 4 Pobreza
- 5 Condiciones crónicas de salud

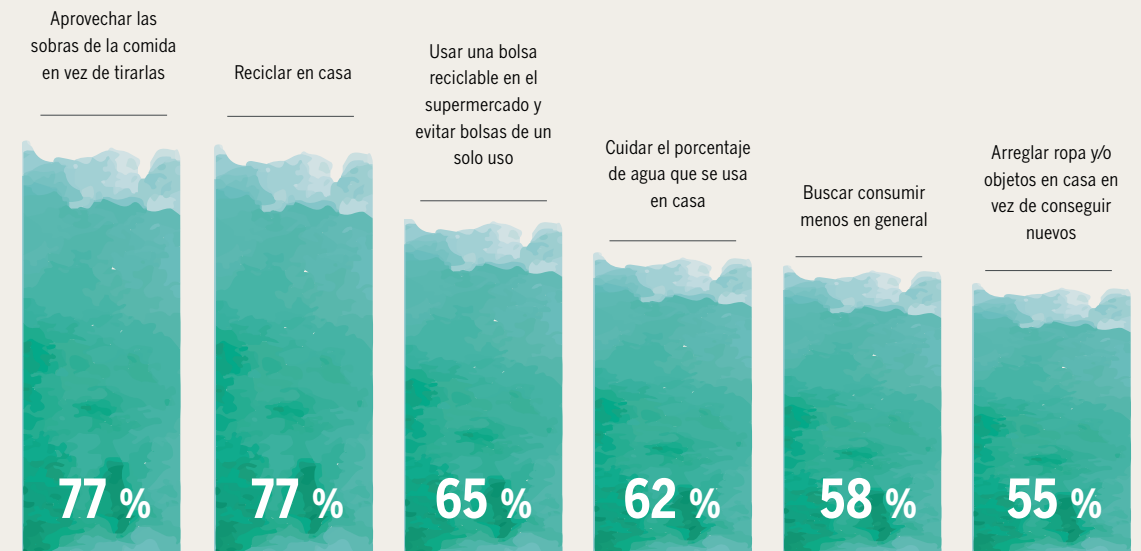
Los primeros cinco lugares comprueban que nos preocupa nuestra salud al igual que la del planeta, pues cuatro de estos lugares se refieren a esas problemáticas.

Somos conscientes de nuestra responsabilidad diaria y de lo que esperamos:



¿Cómo la pandemia afectó nuestros valores y hábitos?

EN 2020 NOS INCLINAMOS MÁS POR:



Fuente: Wunderman Thompson, Regeneration Report 2021: <https://www.wundermanthompson.com/insight/regeneration-rising>

ESPECIAL 360° UDEM TECNOLOGÍA

BIENVENIDO A NUESTRO ESPECIAL 360° UDEM DE TECNOLOGÍA: UN RECORRIDO POR LAS PRINCIPALES TENDENCIAS DE TECNOLOGÍA DE LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS... Y DE LOS PRÓXIMOS 20, AL MENOS. EN LAS SIGUIENTES PÁGINAS PODRÁS LEER:

22 | SOBRE LA EVOLUCIÓN (Y LOS MILLONES DE DÓLARES GENERADOS) DE TIKTOK, LA APP SOCIAL DEL MOMENTO

28 | CÓMO HEMOS CONSTRUIDO UN MUNDO *USER-FRIENDLY* Y MÁS DEMOCRÁTICO EN CUANTO A LA ADOPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA

34 | CÓMO UN FENÓMENO DE ESTADÍSTICAS Y JUGADORES SE CONVIRTIÓ EN EL PEGAMENTO DE MILES DE AMISTADES

40-49 | SOBRE CENSURA EN INTERNET, CRISTALES DE SILICIO Y NUESTRA URGENCIA DE PRESERVAR DATOS, IMPRESIÓN 3D Y SUS MÁS IMPRESIONANTES APLICACIONES, Y *BLOCKCHAIN*, ESA PALABRA QUE TODOS TIENEN EN LA CABEZA

50 | LOS NUEVOS HORIZONTES DE LA REALIDAD VIRTUAL

54 | SOBRE LAS MANERAS DE ESCAPAR DE LA TECNOLOGÍA PARA DARTE UN RESPIRO, PRESENTADAS EN NUESTRO TRADICIONAL *MOODBOARD*

56 | CÓMO EL FUTURO DEL TRABAJO ESTÁ MOLDEADO POR LOS DRONES

PÁSALE Y DISFRUTA. NOS DIVERTIMOS (Y APRENDIMOS MUCHÍSIMO) HACIENDO ESTE ESPECIAL PARA TI.

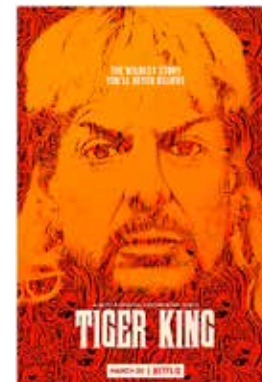
TikTok: el nuevo imperio

Virales, negocios, fama, fortuna, *followers*, *likes*. Bienvenidos (de nuevo) a la era de la "nanofama", de la nueva-nueva-nueva forma de hacer publicidad, y saluden al reluciente rey que todas las *social media apps* buscan imitar.

POR: FERNANDA DE NIGRIS.
ESTUDIA 8.º SEMESTRE DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN, UDEM.

NICE

Una vez que entras, no hay vuelta atrás. ¿En qué momento pasó una hora? Hace un año no me hubiera imaginado ser adicta a una *app* de videos en los que puedes encontrar a personas (gente como uno, vaya) que narran cómo su *crush* los dejó plantados en su primera cita, o en los que puedes ayudar a alguien a elegir el *outfit* de una adolescente que nunca has visto en tu vida, y hasta divertirte con un grupo de jóvenes que muestran cómo se metieron a la casa abandonada de Luis Miguel en Acapulco.



TikTok es *the new-big-thing* (antes era *the new-next-big-thing*, pero ya pasaron unos meses). En marzo de 2020, cuando nadie podía salir de sus casas debido a la pandemia y estábamos encerrados y aburridos, nos acabamos todas las películas y series de Netflix (¿alguien recuerda *Tiger King*?



¿*The Last Dance*?). En Twitter veíamos noticias negativas relacionadas con la pandemia —en ese momento era lo último que queríamos escuchar—; en Facebook nos aparecían *posts* de nuestras tías, y en Instagram nadie subía fotos porque todos estaban encerrados

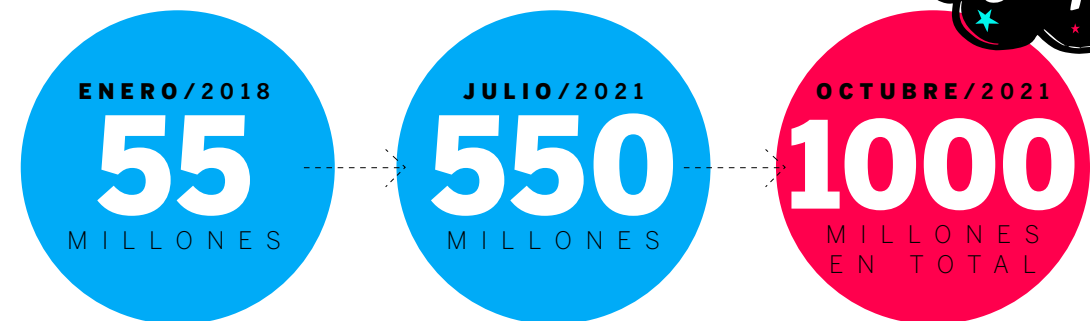
y empijamados. Entonces llegó TikTok y supo darnos lo que necesitábamos en ese año tan convulso.

La *app* agarró vuelo y empezaron los virales, como la preparación de una sencilla bebida, por ejemplo.

En pleno inicio del confinamiento, y con las medidas sanitarias al límite, inició el *trend*

#DalgonaCoffee, una receta con café instantáneo, azúcar y agua

caliente. Al revolver los ingredientes se genera una espuma que va encima de un vaso de leche fría y hielos. Es una receta sin mucho chiste... pero hay 5.3 millones de videos con ese *hashtag*.



FOTOS: SHUTTERSTOCK Y CORTESÍA

#TRENDING

CON NOTICIAS NEGATIVAS EN TWITTER,
POSTS DE TUS TÍAS EN FACEBOOK Y SIN FOTOS EN INSTAGRAM
(NADIE SALÍA DE SUS CASAS), TIKTOK LLEGÓ Y SUPO DARNOS LO
QUE NECESITÁBAMOS EN ESE AÑO 2020 TAN CONVULSO.

EL NACIMIENTO DE UNA NACIÓN DIGITAL

A finales de 2021, TikTok, que tiene sus *headquarters* en China, contaba con mil millones (casi toda la India) de usuarios activos mensuales, 45 % más que en julio de ese mismo año. Es un salto bárbaro, pues en enero de 2018, apenas hace cuatro años, solo tenía 55 millones de usuarios. El 20 % de sus usuarios tienen menos de 19 años y, en México, son 20 millones de TikTokers activos (cuatro veces la población de Nuevo León).

Vine

Con un modelo de generación de contenidos muy similar al de la ya extinta **Vine** (una plataforma que permitía a sus usuarios subir videos de seis segundos —con cortes incluidos daban la posibilidad de “crear historias”—), TikTok fue lanzada en Estados Unidos en agosto de 2018, luego de varios meses de éxito en Asia. Una vez aterrizada en territorio estadounidense, este fenómeno digital fue descargado 1.5 mil millones de veces a nivel mundial durante el año pasado. Su popularidad es tal, que los mismos ejecutivos de la *app* le están pidiendo a sus entusiastas consumidores que, de vez en cuando, no se conecten (para no saturarla).

No solo eso: la compañía se vio en la necesidad de crear la cuenta @tiktoktips, en la que estrellas de TikTok dan consejos de cómo tomar agua (literal), salir a explorar la ciudad o hablar con amigos, en lugar de usar la *app* por horas. Además, un vocero de la empresa le aseguró a Vox.com que trabajan en recordatorios de *screentime* y campañas de “Tú tienes el control”.

Estas medidas son de suma importancia para los dueños de la aplicación, ya que conocen el alcance de su bestia: de acuerdo con una encuesta de Morning Consulting, la mitad de las personas entre 13 y 38 años aseguraron que les gustaría ser un *influencer* en caso de tener la oportunidad... y TikTok es el mejor lugar hoy en día para lograrlo.

LA ENVIDIA
DE TODAS

Las *social media apps* californianas del momento tienen en la mira a su competencia china. En junio de 2021, la cabeza de Instagram, **Adam Mosseri**, subió un video a su cuenta donde decía que su plataforma ya no era “una *app* para compartir fotos”. Argumentaba que, tras analizar los patrones de consumo de los usuarios, notaron que la gente entraba para entretenerse con videos y era momento de concentrarse en eso. ¿Suenan a TikTok? Así es, el sitio de noticias de tecnología *The Verge* fue claro: Instagram está enfocada en convertirse en TikTok. Y **Wired**, el referente de noticias de *tech* fue todavía más claro: el septiembre pasado publicaron un extenso artículo de cómo Facebook



WIRED

Group está obsesionado en convertir la *app* rosimorada (su joya) en un “clon de TikTok”.

Sobresaliente para una plataforma social que nadie

conocía en 2016. En aquel año, **Jimmy Fallon** preguntó en su *Tonight Show* si alguien conocía la *app*, pero el público respondió con un rotundo no. Hoy es impensable. TikTok es un bálsamo para nuestro aburrimiento: la categoría más visitada



es la de entretenimiento, en la que se pueden observar bromas, consejos de cuidado de la piel, moda, recetas, *tips* de vida. Eso es lo que hace a TikTok tan adictivo, la variedad de expresiones de sentimientos y experiencias a través del humor, retos, bailes... y todo eso en una duración de 15 segundos a tres minutos.

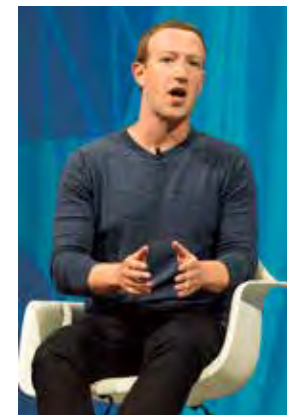
Contently, un famoso *hub* de contenidos, arguye que, por lo antes mencionado, TikTok es el principal promotor de la tercera ola de las redes sociales, donde la primera se concentraba en el *news feed*,

Contently

la segunda en las *stories* y la tercera en los videos. Las tres olas tienen un

común denominador: Facebook Group. La primera fue impulsada por Twitter y copiada por Facebook con su *feed* infinito y atascado de noticias (y de *fake news*); la segunda fue disparada por Snapchat, sus videos efimeros de 24 horas y sus filtros de cualquier

cosa que se te ocurra. Esto, por supuesto, fue copiado por Instagram con sus *stories* (ni se inmutaron en cambiar el nombre); la tercera ola, propiciada por TikTok como una plataforma generadora de contenido (y que son videos que “viven” también en todas las demás), está siendo atacada agresivamente por los equipos de estrategia de las empresas de **Mark Zuckerberg**.

ADIÓS ARTISTAS, HOLA
TIKTOKERS (¡EN LA MET!)

¿Quieres más? Esta *app* supera a todas (Instagram, Snapchat, Dubsmash y Twitter) en generación instantánea de fama. En cosa de semanas —o incluso días— esta plataforma convierte a jóvenes de entre 13 y 19 años en estrellas internacionales. El mejor ejemplo es **Harley Sharpe**, adolescente de 16 años que vive en una pequeña

I am with
FAMOUS

LA REVISTA **WIRED** PUBLICÓ EN SEPTIEMBRE DE 2021 UN EXTENSO
ARTÍCULO DE CÓMO FACEBOOK GROUP ESTÁ OBSESIONADO EN
CONVERTIR INSTAGRAM (SU JOYA) EN UN “CLON DE TIKTOK”.



ciudad de Alabama, Estados Unidos. Un día bajó TikTok para divertirse y, en cuestión de meses, logró conseguir más de un millón de seguidores. En total, acumula 43 millones de *likes* en su cuenta @yodelinghaley con videos donde canta y baila todo tipo de coreografías (mismas que son imitadas por millones).

Es fácil ser un TikToker: grabas un video corto, sin chiste y, cuando menos te lo esperas, ¡pum!, el video se hizo viral. Tanto que podrías acabar en la MET Gala, como le sucedió a **Adisson Rae**, quien bailó una canción de Mariah Carey en Tik-Tok y asistió al evento junto con las personalidades más populares del momento.

No es casualidad que en uno de los eventos más importantes de la moda excluyeran a celebridades icónicas para hacerles un hueco a varios TikTokers (Rae incluida). Actualmente ellos son las herramientas de *marketing* más poderosas y, queramos o no, el mundo de las celebridades se ha separa-

do del mundo de los TikTokers.

NO HAGAS ANUNCIOS, HAZ TIKTOKS

TikTok también es el mejor lugar para generar dinero rápido: ¿cómo juntar cuatro millones de dólares al año con 17 años de edad? Fácil, haciendo *lip sync*. Parece broma, pero así es como **Charlie D'Amelio** comenzó su vida TikTokera. Hoy es la persona con más seguidores en esta red social, pues más de 100 millones siguen sus videos.



¿Realmente un TikToker puede ganar suficiente dinero haciendo videos? Quizá sí por un tiempo determinado, pero la TikToker **@cami-laaguirre** (más



de un millón de seguidores), en entrevista exclusiva para la revista 360° UDEM, comenta: "No sé realmente si los TikTokers vayan

a desaparecer, pero de lo que sí estoy segura es que la creación de contenido llegó para quedarse; quizá



vayan a evolucionar". Algo similar fue lo que sucedió con creadores de contenido en YouTube, que tuvieron que moverse a otras plataformas para poder sobrevivir (como Werevertumorro o **Luisito Comunica**). "Si se utiliza de la manera correcta, es un puente que te puede llevar a abrir las puertas a oportunidades

mucho más grandes. Ser TikToker no es el destino final, hay mucho camino por delante", concluye Aguirre. Como, por ejemplo, la publicidad oculta (y que genera mucho dinero e interés).

A diferencia de otras redes sociales (Instagram o YouTube), en las que debes de tener miles de seguidores para hacer notar tu producto, en TikTok podrás obtener millones de vistas al subir un video, esto gracias a la naturaleza viral del algoritmo, aunque solo te sigan tus hermanos y amigos cercanos en tu cuenta. Eso sí, tendrás que explotar tu creatividad para que el contenido atraiga a la audiencia.

Ese es el súper poder de TikTok. En vez de ignorar la publicidad, como lo hacemos regularmente, queremos ver más y más porque nos la presentan de una manera fluida, divertida, espontánea y muchas veces oculta. Otra gran ventaja de hacer publicidad en esta plataforma es que no se necesitan grandes presupuestos para la creación de contenido, como lo es para otros medios de comunicación. Grabar un video en tu

cuarto tiene la misma posibilidad de hacerse viral que grabarlo en un estudio.

NO DURA MUCHO

Pero, como todo, esto tiene su lado negativo: ser famoso y hacer mucho dinero es cosa de pocas personas (y todavía más en este siglo XXI). La fama, en la mayoría de los casos, es efímera. "En lo único que te puedes convertir tras ser famoso instantáneo es en un 'fue-famoso'. Tienen que lidiar con la depresión, la ansiedad y los efectos de haber perdido algo valioso en su vida", comenta la psicóloga Donna Rockwell al sitio web Vox.

Mientras TikTok exista seguirá habiendo más y más personas que, con un par de segundos en internet, logren más de medio millón de seguidores, algo de dinero... y contenido divertido para todos los gustos. ¿Serás tú el siguiente? ○



TikTok
Creator Marketplace

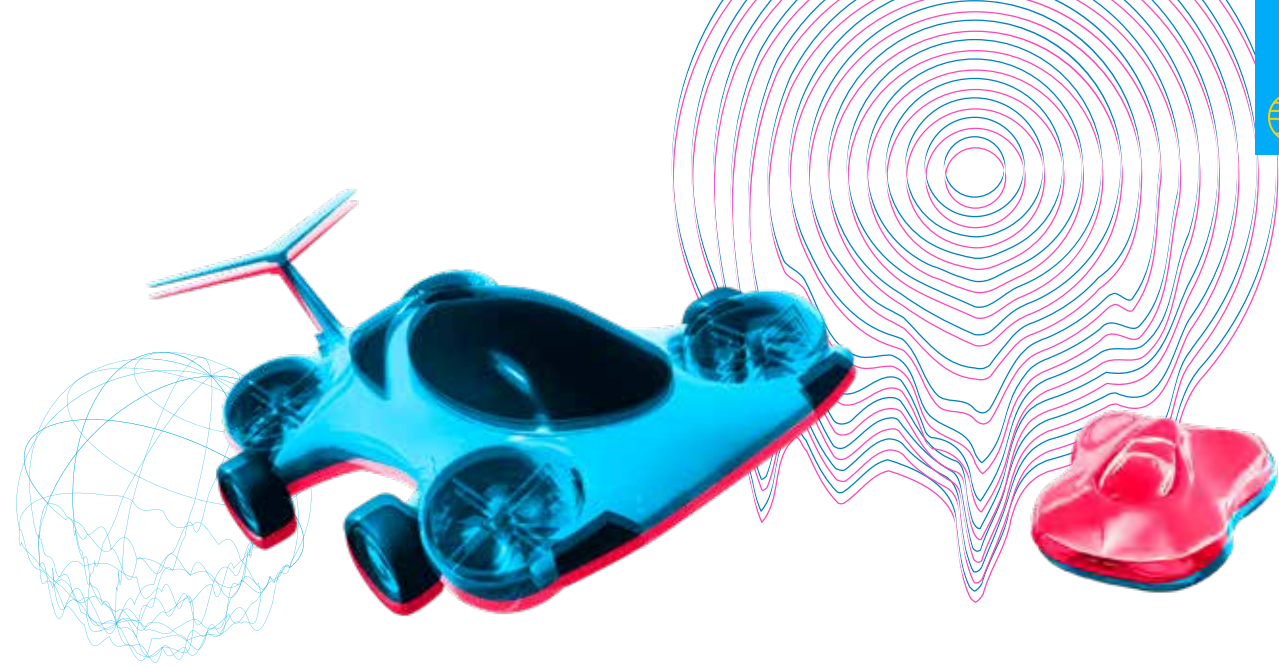
¿Tips para TikTokers?

Si estás pensando en sacar un producto a la venta o buscas un método efectivo de publicidad que no cueste mucho dinero, TikTok es la clave. Experimenta con todo lo que la plataforma te ofrece: filtros, sonidos, efectos, *hashtags* y las herramientas de edición que vienen integradas para crear un contenido auténtico y llamativo para el público. Y si quieres que tu producto se vuelva más popular, invierte en contratar a TikTokers. Échate un clavado en el TikTok Creator Marketplace, una "tienda" con acceso a creadores de contenido de primer nivel.



EL SÚPER PODER DE TIKTOK ES QUE, EN VEZ DE IGNORAR LA PUBLICIDAD, QUEREMOS VER MÁS Y MÁS PORQUE NOS LA PRESENTAN DE UNA MANERA FLUIDA, DIVERTIDA, ESPONTÁNEA (Y MUCHAS VECES OCULTA).

¿CUÁNDO LLEGARÁ EL FUTURO QUE NOS PROMETIERON?



Nos aseguraron carros voladores, pero nos dieron videos virales y filtros en Instagram. En los últimos años, los mejores ingenieros del mundo se concentran en el consumidor y en la información, y no tanto en hacernos volar de la UDEM a nuestra casa. ¿Se estancó la evolución de la tecnología?

POR: **ALBERTO BORTONI VÁZQUEZ MELLADO**, EXAUDEM DE INGENIERÍA EN MECATRÓNICA ('12), **UDEM**.

Cuando estaba en el primer año de la Prepa UDEM, en 2005, recibí mi primera memoria USB con una capacidad de tan solo 512 MB. Tan útiles fueron estos artefactos que era común ver a personas portándolos en su cuello o como llavero. Hoy, por el mismo precio, podemos comprar una memoria USB con una capacidad 500 veces más amplia y una velocidad de transmisión mil veces más rápida.

Muchos estamos familiarizados con este desarrollo exponencial de la tecnología y la vivimos al utilizar cámaras, computadoras, teléfonos, entre otros *gadgets*. Este crecimiento fue precedido por Gordon Moore, director ejecutivo de Intel, la empresa fabricante de procesadores, quien, en 1965, predijo que la cantidad

de unidades de procesamiento en cualquier sistema electrónico se duplicaría cada dos años. Nada mal para una predicción de hace 57 años.

Sin embargo, sigo frustrado al haber pagado una fortuna por mi celular actual y no ver diferencias significativas en comparación con mi celular anterior (seguro te pasa lo mismo). Sí, el teléfono tiene una mejor pantalla y la cámara cuenta con una resolución ligeramente más alta, pero definitivamente mi celular actual no es dos veces mejor que el anterior —ni cuatro veces mejor que el de hace cuatro años—. ¿Acaso la predicción de Moore llegó a su fin? ¿Por qué la tecnología ya no avanza como antes? ¿Dónde está el futuro de robots y autos voladores que nos prometieron? ¿Estamos estancados?



DE LICUADORAS EN TODOS LOS HOGARES A FACEBOOK EN TODOS LADOS

En 1950 ocurrió un cambio poco recordado y significativo en los hogares de todas y todos a nivel mundial: los electrodomésticos. En cosa de unos años, el mundo se dividió en una generación que no creció con licuadoras y lavadoras, y otra que no podía imaginar el mundo sin estos aparatos. La primera, cabe destacar, vivió una cantidad mínima de desarrollos tecnológicos en su vida; la segunda (y las que le sucedieron), vivió tendencias exponenciales de innovación en dispositivos. Quienes imaginaban el futuro, por ocio o por trabajo, se cuestionaban si ese crecimiento acelerado y exponencial tendría fin.

Como yo, que nací en 1988. No podía imaginar que no fuera un crecimiento exponencial si vi el ascenso y la caída de tecnologías y plataformas como los casetes, VHS, MP3, DVDs, MiniDiscs, Napster, LimeWire, P2P, Torrents, hasta llegar a los *streaming services* de hoy (¿caerán?). En pocas palabras, al inicio del siglo XXI era natural pensar que el futuro

sería el resultado de constantes cambios radicales en dispositivos tecnológicos porque precisamente nos acostumbramos a eso.

¿A qué se debe esto? No llegaron los carros voladores, pero sí nos llegó la revolución de la *data*. La tecnología no se estancó, pero lo percibimos así porque la gran mayoría de los avances recientes ocurrieron en el uso y manejo de información.

La revolución informática (o era de la información) comenzó hace 40 años, pero se potencializó hasta que las computadoras y teléfonos móviles llegaron a (casi) todo el mundo en la primera década de este siglo. En menos de una generación, más de la mitad del mundo se conectó. Cuando me fui de misiones a Kenia en 2011, fui recibido en un poblado que no tenía servicios de telefonía por cable, pero muchas personas en la tribu tenían celular y un perfil en Facebook.

El que todos estemos conectados no sugiere avances en el uso y manejo de la información. Para darnos una idea, es importante concentrarnos en tres cosas: la innovación descentralizada, el enfoque en el individuo como consumidor, y la creación de robots.



1 LA INNOVACIÓN DESCENTRALIZADA

1

Antes de la creación de los *smartphones*, un celular era un dispositivo con todas las aplicaciones y servicios instalados en él. Posiblemente uno de los éxitos —o su mayor— de Apple fue la producción de un teléfono que funcionaba como una computadora, con todo e instrucciones para programarlos. Este avance convirtió al iPhone original en el primer dispositivo móvil donde el usuario podía descargar o programar aplicaciones para realizar cualquier tarea.

Entonces llegó la App Store. Desde ese momento hasta el día de hoy, el verdadero valor y uso de un *smar-*

tphone no es el aparato en sí, sino las aplicaciones que este tiene —si mi teléfono solo hiciera llamadas y enviara mensajes, me compraría el más barato—. No por nada, más de cien mil millones de dólares pasaron en 2021 por las tiendas de *apps*.

Todo es parte de un sistema descentralizado. No es una empresa que desarrolla todas las aplicaciones: son cientos de miles de individuos y grupos que desarrollan productos y servicios en una misma plataforma. Esta innovación descentralizada no fue inventada por Apple, por supuesto, pero sí fue la primera empresa en lograr una red mundial de desarrollo.

2 ENFOQUE EN EL INDIVIDUO COMO CONSUMIDOR

2

A los pocos años del desarrollo del “internet *user-friendly*” llegaron los buscadores (Yahoo, AOL, Google). Fue hasta ese momento cuando consumidores normales, como yo, empezamos a utilizar esta nueva forma de comunicación. MySpace fue la primera empresa de carácter global que dio un paso increíble. Nos ofreció a los consumidores comunes un rincón en internet al que le podíamos llamar “nuestro”. Durante esta etapa atascamos el ciberespacio con fotos, opiniones extensas e información personal, y nunca nos preocupó exponernos ya que el alcance de nuestra red social era primordialmente local. Eran las épocas de navegar en el contenido de tus amistades y las personas que

tus amistades conocían. Todos consumíamos y todos participamos —aunque unos más que otros.

El 56 % de la población mundial utiliza redes sociales. Sin embargo (y esto lo podrás ver dentro de tu perfil), el contenido que generan tus amistades ya es mínimo. La mayoría del contenido en estas plataformas es contenido viral que las mismas plataformas distribuyen dependiendo de nuestros gustos.

Nuestro trabajo ahora, en lugar de producir contenido como antes, es producir índices de aceptación y rechazo del contenido que nos llega mediante un *like* o compartiendo *posts*. Durante la era de la información, cambiamos de ser creadores en una red pequeña a ser consumidores globales de contenido filtrado según nuestras preferencias.

3

LA CREACIÓN DE ROBOTS

Esta revolución también trajo a los robots. Usualmente imaginamos que son máquinas, pero un robot no se define por su aspecto físico, sino por su autonomía. Un ejemplo de un robot actual es el conjunto de algoritmos que deciden cuáles anuncios verás antes de un video de YouTube. Cuando hacemos clic para ver un video, los robots de YouTube llevan a cabo una subasta virtual en la que millones de anunciantes se pelean por tu tiempo como observador. Estos sistemas, utilizando lo que saben sobre ti, deciden qué anuncio genera el mayor

beneficio para todos los involucrados. Milésimas de segundos después, determinan cuál anuncio veremos.

Esta tecnología fue instalada por humanos, pero los programadores solamente instituyen el comportamiento del robot, no sus decisiones. “Enseña el anuncio que genere más ganancias para nosotros, para el anunciador, para los creadores del video, y que al mismo tiempo sea agradable al consumidor”, es un ejemplo. Utilizando esos parámetros, los robots toman la decisión en completa autonomía y es imposible saber cuáles serán. Al final, habrá un reporte de desempeño y sabremos si hicieron bien su trabajo.

LO QUE SIGUE

La tecnología ha crecido de manera exponencial, pero no ha sido mediante dispositivos, sino información. Y como toda revolución, llegará su final. Lo que sigue es la era de los robots físicos, la inteligencia artificial y la realidad aumentada y su llegada a nuestras casas. ¿Cómo tocarán la puerta?

Para su evolución, los nuevos dispositivos (como los anteojos de realidad aumentada) estarán centrados en la innovación descentralizada, es decir, tendrán que forzosamente permitir que desarrolladores independientes generen y compartan aplicaciones. Los anteojos remplazarán a los teléfonos móviles y servirán la misma función como nuestro portal personal hacia la comunicación e información globales. Aún más emocionante: existirán herramientas para generar nuestras propias aplicaciones a partir de instrucciones. Por ejemplo: “Oye, Samsung Galaxy, calcula el total de mis compras mientras estoy en el supermercado”. Creo que no estamos tan lejos de esto.

También nos llegarán los robots que nos prometieron. Los primeros que veremos comúnmente serán en servicio de transporte o transporte de bienes, como medicinas en hospitales, maletas en hoteles, cajas en almacenes, taxis, limpieza, entre otros. La autonomía en la navegación es una ciencia muy madura y las metas del robot son sencillas (y hay muchísimo dinero involucrado, cabe resaltar). Los robots también serán más inteligentes: no solo podrás programar comandos como “limpia el piso cada lunes de 7 a 8 de la mañana”; piensa mejor en un “limpia la casa cuando esté sucia, pero no despiertes al bebé”.

¿Estamos estancados? Yo creo que no. Más bien, el crecimiento tecnológico de las últimas décadas fue principalmente visto por personas dedicadas a su desarrollo, mientras que los consumidores solo vivieron una parte de este. ¿Dónde está el futuro que nos prometieron? Yo creo que muy cerca y seguramente nos tocará verlo. o

Las troyanas y los troyanos...

luchamos por la justicia



decidimos con libertad

buscamos la verdad

vivimos con integridad



respetamos la dignidad humana

convivimos con respeto

deseamos trascender



#valoresqueinspiran





EL GRAN NEGOCIO DE LA FANTASÍA

LAS COMUNIDADES *ONLINE* LLEGARON PARA QUEDARSE Y TIENEN AL *FANTASY FOOTBALL* COMO EL MEJOR EJEMPLO. SI NO ESTÁS SUMERGIDO EN UN GRUPO CON TUS MEJORES AMIGOS NEGOCIANDO JUGADORES, APOSTANDO POR UN EQUIPO, GANANDO COMO SIEMPRE... ¿QUÉ ESPERAS?

POR: JAVIER MARTÍNEZ STAINES





2003.

El punto de inflexión de los nuevos tiempos fue *Second Life*, aquel videojuego que creó toda una vida virtual paralela, hecha a modo del usuario, que se transformó en una poderosa herramienta de escapismo. Si la vida real no te gustaba, te podías inventar otra. Esta comunidad virtual fue lanzada por Linden Lab y, aunque la euforia pasó, la plataforma aún existe, y ahí los usuarios se transforman en residentes e interactúan entre ellos a través de un avatar para disfrutar de una segunda vida sin sobresaltos ni problemas.

Simultáneamente, Maxis y Electronic Arts crearon el mundo de *Los Sims* (no confundir con los simpáticos personajes amarillos apellidados Simpson), luego de que casi una década antes habían creado la franquicia de *SimCity*, diseñada para todos esos arquitectos de clóset que resultaron ser centenas de millares en el mundo. Bajo la misma consigna de *Second Life*, en *Los Sims* uno se crea su propio avatar y una vida virtual donde se establecen relaciones comunitarias y se cumplen sueños personales. La franquicia completa ha vendido más de 100 millones de copias, estableciendo récords mundiales de usuarios.

Esa simulación de vidas, o creación de ficciones virtuales, es el punto de partida de los juegos de fantasía aplicados al deporte. En el fondo, es

más o menos la misma consigna: si no nos gusta la realidad, diseñemos una nueva. Y como en el mundo de allí afuera esta posibilidad parece terminar muy a menudo en el cajón de las utopías, en el ciberespacio se pueden construir universos completos nuevos mientras uno está sentado cómodamente en su sillón favorito. Eso sí, la diferencia entre los juegos de vidas virtuales y los de fantasía deportiva radica en que estos últimos se sustentan en comunidades reales y se basan en estrellas del deporte existentes.

Todo esto comenzó en Yahoo (q.e.p.d.) en 1999, precisamente con el Fantasy de futbol americano, que se mantiene en el liderato de número de participantes anualmente. De inmediato se sumaron ESPN, CBS y la propia NFL, que entendió muy bien que en esto había buenas posibilidades de negocio y expansión del número de aficionados a su deporte. Con el paso de los años, ligas de todo el mundo comenzaron a ver con interés este universo de ficción, al descubrir que los aficionados que no seguían particularmente a un club específico,

podían mostrar mayor interés por equipos de una liga deportiva profesional, como las del futbol europeo. Es decir, como un mecanismo eficaz de *fan engagement*. De ahí que también hayan surgido la *Fantasy Premier League*, la *UEFA Champions League Fantasy* y la *Bundesliga Fantasy*, entre varias más.

No podía ser de otra manera: las comunidades en línea llegaron para quedarse.

DE GUÍAS Y OPINIONES

Tampoco se trata de entrar a demasiados vericuetos filosóficos para explicar por qué nos gustan estas cosas.

LA SIMULACIÓN DE VIDAS, O CREACIÓN DE FICCIONES VIRTUALES, ES EL PUNTO DE PARTIDA DE LOS JUEGOS DE FANTASÍA APLICADOS AL DEPORTE. EN EL FONDO ES MÁS O MENOS LA MISMA CONSIGNA: SI NO NOS GUSTA LA REALIDAD, DISEÑEMOS UNA NUEVA.

CADA AÑO LAS EMPRESAS ESTADOUNIDENSES PIERDEN 200 MILLONES DE DÓLARES EN PRODUCTIVIDAD PORQUE UN ENORME NÚMERO DE EMPLEADOS ESTÁN ADMINISTRANDO SUS EQUIPOS DE FANTASY EN VEZ DE TRABAJAR.

Y por “estas cosas” nos referimos específicamente al *Fantasy Football*, que se volvió el mayor provocador de fans vía su juego de ficción. Tanto —principalmente en Estados Unidos, alma máter del futbol en cuestión—, que medios como el propio *The New York Times* publicó una guía para principiantes del Fantasy, enfocado a quienes por vez primera participan en el fichaje ficticio de jugadores para armar el equipo con el que competirán contra sus amigos, colegas o familiares.

A pregunta expresa de qué tuercas internas les mueve participar en grupos de *Fantasy Football*, hecha por 360° UDEM a varios usuarios, las respuestas fueron, entre otras, las siguientes: “Alienta el espíritu competitivo y es divertido”; “permite convivencia específica para un deporte por WhatsApp”; “deja crear el equipo perfecto que une a los grandes jugadores que me hacen amar este deporte”; “para sentirme una maestra de la predicción y ganarles a mis amigos”; “porque le agrega sazón a los juegos aburridos y uno acaba divirtiéndose ocurra lo que ocurra en la cancha”; “es diversión y convivencia digital”; “veo los partidos en la TV con más interés y emoción”; “me gusta la convivencia en los chats y el enganche que me provoca estar informado de los juegos y jugadores”; “es muy divertida la competencia y con unos pesitos se pone

más simpática”; “me encanta divertirme y ver el estado de mi equipo me da adrenalina”; “la verdad es que ni siquiera veo casi nada de la NFL, pero lo que disfruto es convivir en el chat y lo que se va gestando en la semana, incluyendo mo-

lestar a mi rival”; “es competencia sana entre amigos y familiares, mientras apoyas a jugadores que no son nada más de tu equipo favorito”... y así. Seguro una de estas frases bien podría ser tuya.

Ahí están las motivaciones, que pueden sintetizarse en la búsqueda de diversión como parte de una comunidad tan virtual como real.

CON QUÉ SE COME ESTA FANTASÍA

El concepto es muy simple: el juego implica seleccionar a jugadores reales (todo comienza con la celebración de un *draft*, con sorteo y todo, para fichar a gladiadores modernos por turnos) para crear equipos falsos que ganan puntos a partir del desempeño de los jugadores reales en el campo. El equipo que gana más puntos por encuentro derrota a su rival de la semana. Cuestión de suerte, sí, pero también de cierto conocimiento y de una mínima debida preparación, para entender cuáles son los jugadores de la NFL —en distintas posiciones— con pronósticos de mayor desempeño en la temporada. Hay que conocer al menos a varios de los



5th DOWN



El universo paralelo de *Second Life*.



La vida virtual de *SimCity*.





Draft de Fantasy Sports
Football Soccer.

Fantasy Pros

talentos de la liga, porque de otro modo las posibilidades de ganar disminuyen.

Un primer problema: en el mundo real los jugadores se lastiman. Cuando esto ocurre, hay que sustituir al jugador. Por eso el *draft* incluye opciones para conjuntar un número nutrido en el banquillo. Cuando vienen las lesiones, hay que estar enterado para hacer oportunamente la sustitución. Si uno no tiene un reemplazo a mano, se pueden hacer transacciones de intercambio con los otros jugadores del grupo. Ahí es donde las cosas se ponen más difíciles, porque no todos están dispuestos a un canje. En el juego-fantasía, también interviene la negociación.

Pero no solo esto ocurre. También existe una semana de descanso para cada equipo a partir de la semana 5, por lo que igualmente hay que estar atento para hacer las modificaciones en el elenco titular del equipo. De otro modo, se tendrá que participar con jugadores que sumarán cero puntos al no estar activos en su semana de descanso. Como nota adicional, el esquema de dejar una semana libre a cada equipo de la liga se ideó para extender una semana más la temporada y llevar más dinero a las arcas de la NFL, que solo tiene ingresos anuales de alrededor de 16 mil millones de dólares —si bien la pandemia les hizo caer 25 %—.

Puede parecer abrumador. En ciertos momentos lo es. Para empezar, a la hora del *draft* las opciones parecen ilimitadas, pero conforme avanza la sesión (que debe programarse entre el grupo que está participando previo al inicio de la temporada), las alternativas disminuyen y van quedando ahí nombres que ya no significan nada, porque tampoco hay tantos Tom Brady, Patrick Mahomes, George Kittle, Alvin Kamara, Tyreek Hill, Stefon Diggs, Davante Adams, Travis Kelce y un nutrido grupo de etcéteras, sino jugadores menos renombrados o más irregulares en su desempeño. A diferencia de lo que ocurre en la cancha real, solo algunas posiciones ofensivas participan en el juego ficticio (*quarterback*, corredores, receptores y pateadores) mientras que la defensiva juega como bloque sin individualidades a elegir.

En algunos casos, para incrementar la adrenalina, hay quienes ponen una bolsa de dinero en la contienda, es decir, una especie de quiniela de apuestas que combina los elementos fundamentales del Fantasy: la mezcla de la realidad y la ficción, combinadas en el mismo espacio. Por lo demás, el juego es gratuito y solo exige bajar la *app* al celular.

EL JUEGO QUE TODOS JUGAMOS

Para reducir el estrés que el juego puede provocar en los más obstinados, o en aquellos que sienten las derrotas como si fuesen descalabros en la vida real, hay *websites* enfocados a los Fantasy Games. Por ejemplo, 5thdownfantasy.com o fantasypros.com, plataformas donde reúnen a 150 expertos para consensar quiénes serán los jugadores más potentes de la temporada, además de tener simuladores de *draft*. Ahí se incluyen todas las ligas deportivas que cuentan con Fantasy: NFL, MLB, NBA, NHL y PGA, es decir, fútbol americano, béisbol, basquetbol, hockey y golf. Todo un universo para seguir las temporadas y duplicar el entretenimiento.

Para los muy clavados que desean entender mejor qué jugadores se perfilan como las estrellas de la temporada, el sitio sportsnaut.com hace un *ranking* anual de los 100 mejores jugadores de la NFL. Esos, obviamente, son los que rápido desaparecen de las opciones, ya que los contrincantes estarán muy listos para incluirlos en su equipo. Pero es una buena referencia.

Los seres humanos somos obsesivos. Algunos incluso llevan las obsesiones al nivel de adicción. Si bien el juego es meramente un pozo de entretenimiento, hay quienes dedican mucho tiempo y esfuerzo. Como se dice por ahí, el tiempo invertido en algo que disfrutas jamás es tiempo perdido. Eso incluye a los *Angry Birds*. Cada quien, pues. Para ellos hay incluso libros como *Why Fantasy Football Matters (And Our Lives Do Not)*, de Erick Barmack y Max Handelman, dos veteranos del juego que, más allá de consejos y revelaciones sobre la manera de jugar y de ganar, celebran de diversos modos los rituales absurdos, las personalidades excéntricas (y egocéntricas) y las supersticiones más ridículas que forman parte de la liga ficticia.

Hay 32 millones de seres humanos que aguardan cada

año la temporada de fútbol americano para sumergirse en esta segunda vida. Lo que no sabemos es si el escalofriante dato que ofrecen los autores en este libro está comprobado: cada año, las empresas estadounidenses pierden 200 millones de dólares en productividad porque un enorme número de empleados están administrando sus equipos de Fantasy en vez de trabajar.

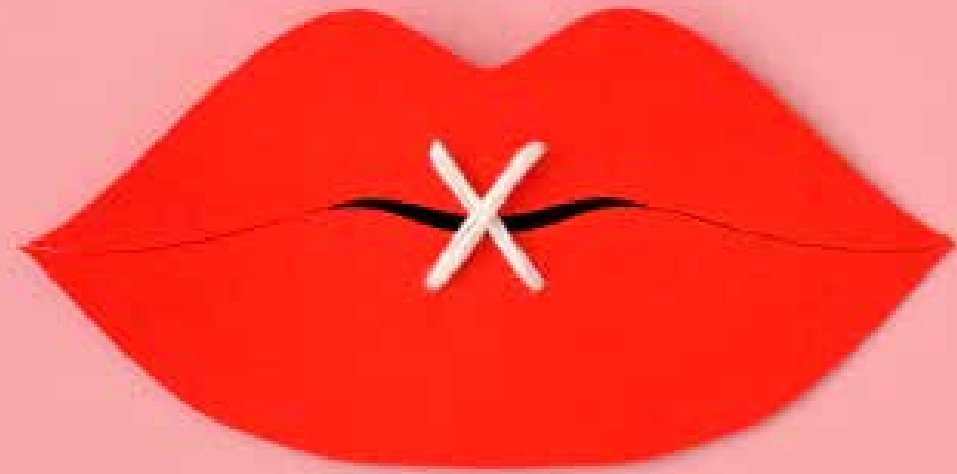
El fenómeno provoca incluso acercamientos analíticos para intentar explicar nuestras obsesiones lúdicas. En la publicación del Johan Cruyff Institute, Lukas Dor-da hace un análisis puntual del fenómeno de los Fantasy Sports Games. Destaca que es, como ya se ha descrito antes, un universo paralelo. “A los seguidores de los juegos de fantasía no les suele importar el resultado final de un partido tanto como el rendimiento individual de algunos jugadores de uno o ambos equipos”. Es decir, aquí no se trata de deporte ni de hinchas de equipos. Aquí la palabra clave es “juego”. Y cita al historiador holandés Johan Huizinga, autor de *Homo Ludens*: “El juego es una condición primaria de la generación de la cultura. El acto de jugar es más antiguo que la cultura. Muchas actividades humanas, como la filosofía, el lenguaje o la guerra, tienen su origen en el juego”.

Detrás de la pasión del juego, lo que subyace es la necesidad humana de generar sentido de pertenencia a una comunidad. Ese es el disparador más relevante que ocasiona que tantos millones de personas esperen ansiosamente las contiendas deportivas: no se trata solo de sentarse con alguien a mirar un partido del equipo favorito, sino de alternar la realidad con juegos virtuales donde se da la conexión con otros amigos y familiares. De todos modos, ganar en el universo de las fantasías también sabe a victoria. ○

DETRÁS DE LA PASIÓN DEL JUEGO, LO QUE SUBYACE ES LA NECESIDAD DE PERTENENCIA A UNA COMUNIDAD. ESE ES EL DISPARADOR MÁS RELEVANTE QUE OCASIONA LA ESPERA ANSIOSA DE LAS CONTIENDAS DEPORTIVAS.

FOTOS: SHUTTERSTOCK Y CORTESÍA

LAS CREADORAS DE CONTENIDO NO PUEDEN DAR UNA EXPLICACIÓN GRÁFICA DE CÓMO HACER UNA CORRECTA EXPLORACIÓN MAMARIA Y PREFIEREN USAR UN MODELO MASCULINO PARA ESTO.



LA CENSURA EN INTERNET: ¿QUÉ TANTO ES TANTITO?

Prohibir contenidos en internet a veces llega a límites increíbles. En este ensayo la autora cuestiona el uso excesivo de la inteligencia artificial en cuestiones humanas.

POR: **LINETTE LIZARAZO**. ESTUDIA 6.º SEMESTRE DE LA LICENCIATURA EN LETRAS. **UDEM**.

FOTO: SHUTTERSTOCK

N

uestra vida está envuelta en un torbellino de tecnología y redes sociales que alcanza niveles nunca antes vistos. Con la caída de Facebook, WhatsApp e Instagram el 4 de octubre de 2021, muchos de nosotros recurrimos a Twitter u otra red social para quejarnos al respecto. Una de mis amigas lo hizo en Twitter y, de la nada, le llegó una denuncia por mal uso de su cuenta. Ella recuperó su cuenta en unos segundos porque fue su primera advertencia. Lo que más me llamó la atención del suceso es cómo la inteligencia artificial (IA) decidió que lo que había dicho era ofensivo, cuando en otras cuentas se puede encontrar contenido más altisonante sin reprimirlas. Es el principal problema de censurar algo en específico, sin evaluar todo el conjunto.

Pongamos como ejemplo YouTube: mientras cargas un video, la inteligencia artificial que utilizan realiza un escaneo de cada palabra que se menciona en el contenido y cada imagen que aparece y, antes de dar clic en el botón de “subir video”, te manda un mensaje de “no se puede monetizar este contenido”. Esto les pasa a canales de educación sexual, por ejemplo. Muchas personas hemos recurrido a estas plataformas en busca de información o videos explicativos pero, al mencionar palabras que tienen que ver con genitales, sexo y demás, los videos no se pueden subir, mucho menos monetizar.

Otro caso muy sonado y que vemos mucho en redes sociales en octubre (mes del cáncer de mama) es sobre la exploración mamaria. Las creadoras de

este tipo de contenido saben que no pueden dar una explicación gráfica de cómo hacer una correcta exploración, por lo que prefieren usar un modelo masculino para esto. Una gran ironía, ¿no es así? Muchas usuarias se han quejado de cómo esta censura afecta una sana exploración, o el inicio de una vida sexual responsable y libre de estigmas por la IA que no sabe identificar lo pornográfico de lo educativo.

También existe un debate de cómo en redes sociales existen cuentas dedicadas a esparcir odio hacia sectores vulnerables y noticias o información falsa de cualquier cosa. Lo polémico es que la IA no hace nada para detenerlas. Al no usar palabras altisonantes o de índole sexual no se les sanciona porque no detecta ese mensaje como “malo”.

Esta problemática parece extenderse con el crecimiento de redes sociales como TikTok. La plataforma china solo utiliza la IA, a diferencia de otras, donde el filtro es doble (IA + humano). Por esto, muchos creadores no suben contenido con la supuesta libertad de expresión que tenemos en internet, pues el miedo a que les censuren su perfil y perderlo (y que tanto esfuerzo les costó) es más grande.

Todo este tema de la censura nos lleva a la libertad de expresión. Gozamos de ella y su mal uso daña a otras personas (“mi libertad termina donde empieza la de los demás”). Pero, desde mi punto de vista, nuestra libertad de expresión debe ser monitoreada por nosotros, por nuestros valores e identificar dónde tenemos nuestros filtros de censura y en qué situaciones. No debería ser algo manipulado por algo que no existe. ○

TIKTOK UTILIZA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA LA CENSURA Y MUCHOS CREADORES NO SUBEN CONTENIDO: ES MÁS GRANDE EL MIEDO A QUE LES CENSUREN SU PERFIL.



POR: **RODRIGO GUERRERO LUCIO.**
ESTUDIA 6.º SEMESTRE DE LA
LICENCIATURA EN LETRAS. **UDEM.**

GRACIAS A **SUPERMAN** (Y A LOS CRISTALES DE SILICIO) TUS TATARANIETOS VERÁN TUS FOTOS DE ADOLESCENTE

¿Cómo? La película de Richard Donner inspiró a científicos a usar cristales de silicio para almacenar información para la posteridad. Conoce más en este increíble artículo que te volará la cabeza.

Bastó un fragmento meteórico de poco más de 10 kilómetros para arrasar con el 75 % de la vida en nuestro planeta hace 60 millones de años. A partir de ese pequeño incidente, los seres humanos hemos dedicado muchos de nuestros recursos a favor de recolectar y resguardar los retazos del antiguo mundo, ayudándonos a darnos una idea de cómo era la vida antes de que el *Homo sapiens* empezara su dominancia. Es así como nuestra capacidad de reconocer y apreciar nuestra historia nos ha

impulsado a generar grandes avances tecnológicos y científicos, y hoy más que nunca la información parece ser la herramienta más útil para el progreso.

Sin embargo, aun con los avances de la tecnología moderna, hemos sido incapaces de descubrir los grandes misterios escondidos en nuestra historia. La información contenida en la perdida biblioteca de Alejandría, las misteriosas civilizaciones que existieron antes de la invención de la escritura, o las leyendas de los dioses nórdicos jamás escritas en las Eddas son

**CIENTÍFICOS DE LA UNIVERSIDAD DE SOUTHAMPTON
HAN LOGRADO ALMACENAR TRES CAPAS DE CÓDIGO
INFORMÁTICO EN UN BLOQUE DE CRISTAL DE SILICIO,
DE APROXIMADAMENTE DOS MILÍMETROS DE GROSOR.**



PROYECTO SILICA CONTIENE TRES NANO CAPAS CON UN CÓDIGO REPRESENTATIVO DE LA INFORMACIÓN DIGITALIZADA Y RESGUARDADA EN UN VIDRIO. LA FORMA EN QUE ESTOS DATOS SON CODIFICADOS DENTRO DEL CRISTAL ES MEDIANTE EL USO DE UN LÁSER.



ejemplos de datos de nuestra historia condenados a permanecer desaparecidos en el tiempo.

Análogamente, hoy en día millones de terabytes que son generados y subidos a la nube a diario se almacenan en máquinas incapaces de sobrevivir unos cuantos años sin tener que ser mantenidas o intercambiadas, lo que pone en peligro de desaparecer a mucha información que conforma parte de nuestra cultura actual.

Todo esto se presenta como un riesgo para la protección del conocimiento humano a largo plazo, pero ¿qué tal si existiese una tecnología capaz de almacenar información sin ocupar grandes cantidades de espacio y de ser lo suficientemente resistente como para poder sobrevivir el paso del tiempo? La respuesta yace en los cristales de silicio (y no del tipo que te dan buenas vibras y te ayudan a hacer amarres para el *crush*).

Científicos de la Universidad de Southampton han logrado almacenar tres capas de código informático en un bloque de cristal de silicio, de aproximadamente dos milímetros de grosor, mediante el uso de un láser de femtosegundo. ¿Muy complicado?

Imaginemos un CD. Marcadas sobre este se encuentran líneas que rodean la superficie del disco. En cada línea hay pequeños puntos que representan el número uno, mientras que aquellos espacios de la línea que no cuenta con puntos representan ceros. Al introducir el disco a un reproductor de CD, dicho *hardware* es capaz de leer, a través de un láser, el código de ceros y unos engravados en la superficie para poder reproducir la información audiovisual que el disco contiene.

De manera similar, los cristales del llamado *Proyecto Silica* contienen tres nano capas con un código representativo de la información digitalizada y resguardada dentro del vidrio. La forma en que estos datos son codificados dentro del cristal es mediante el uso de un láser, capaz de emitir una onda infrarroja de gran precisión, que trabaja en millonésimas de segundo y que separa las moléculas dentro del vidrio, a tal grado de hacer deformaciones en tres capas del cristal. De esta manera se crea un tipo de imagen tridimensional que puede ser escaneada y decodificada por una computadora.

Así, este cristal es capaz de almacenar cantidades extensas de información dentro de sus tres capas, además de ser un material resistente que puede sobrevivir diversas condiciones. Desde ser hervido, horneado, aguantar golpes y mucho más, la resistencia del cristal le permite perdurar por miles de años, lo que asegura una forma eficiente de almacenar información sin ocupar grandes espacios y poder sobrevivir para ser analizado por futuras generaciones.

¿La prueba de todo esto? Superman. Resulta que los científicos innovadores de esta tecnología son fanáticos del personaje de DC Comics, y no dudaron en ofrecer su tecnología a Warner Bros. para poner a prueba la efectividad del cristal.

Curiosamente, es dentro de la misma película que se muestra que la forma en la que Superman es capaz de conocer información sobre Kriptón, su planeta natal, es a través de cristales que contienen información. Asimismo, los científicos de nuestros tiempos han logrado escanear y resguardar la película de los setenta, protagonizada por Christopher Reeve, dentro de un cristal pequeño.

Esto ha llamado la atención de la casa productora, pues las cintas con las que muchas de sus películas antiguas fueron rodadas resultan ser inflamables y delicadas, por lo que se tiene que recurrir a mantenerlas resguardadas en bóvedas, a bajas temperaturas, para poder preservarlas y evitar la degradación del material.

De esta manera, a comparación del carrito fotográfico con el cual se rodó la película de *Superman* (1978), un cristal pequeño, capaz de acomodarse a

espacios chicos y resistir degradación natural, suena como una buena opción al momento de intentar resguardar información a larguísimo plazo.

Ya sean registros médicos, videos de gatitos o cualquier otra innumerable cantidad de datos, la capacidad de almacenamiento de los cristales del *Proyecto Silica* pretende reemplazar las grandes maquinarias que sirven para resguardar los terabytes de información subida diariamente a la nube, lo que evitaría la labor de trasladar y reescribir datos por los siguientes mil años.

Aunque esta tecnología todavía está en su infancia, si sus expectativas llegan a cumplirse, podría presentarse hasta ahora como el método más efectivo de almacenamiento de datos, capaz de sobrevivir erupciones solares, inundaciones y muchas otras catástrofes que antes se han probado como detractoras para el almacenamiento de datos.

Finalmente, cabe recalcar que la relevancia de esta tecnología yace en su longevidad. Quizás en el futuro la raza humana llegue a cambiar drásticamente. Tal vez los continentes se reacomoden y el hombre logrará asentarse en otros planetas, pero lo que esta tecnología intenta asegurar es que, sin importar qué tan diferentes sean las cosas en el futuro, las próximas generaciones podrán ser capaces de echar un vistazo al pasado y darse cuenta de cómo vivíamos nuestra humanidad.

Quizás hasta se lleven una sorpresa al descubrir que, para nosotros, la idea de un hombre capaz de volar, usando mallas azules y calzoncillos rojos, inspiraba nuestra imaginación e impulsaba nuestros sueños. ○

SUPERMAN CONOCE INFORMACIÓN SOBRE KRIPTÓN A TRAVÉS DE CRISTALES QUE CONTIENEN INFORMACIÓN. LOS CIENTÍFICOS DE HOY LOGRARON ESCANEAR Y RESGUARDAR LA PELÍCULA DE 1978 DENTRO DE UN CRISTAL PEQUEÑO.

LAS TRES DIMENSIONES DE LA TECNOLOGÍA

Las impresoras 3D son el regalo prometido que todos quisieran tener. La tecnología ha avanzado en traducir cualquier idea a un prototipo en minutos y, además, cada vez a menor precio. ¿Imprimir un proyecto de tesis? Sí, por favor. ¿Y qué tal un corazón? ¿O una obra de arte? ¿O tu comida? Te presentamos los seis mejores usos de esta tecnología que nos hacen pensar en qué nos depara el futuro si llegamos a un punto en el que nuestros objetivos cotidianos estarán impresos con un simple clic.

POR: NURIA BALLESTEROS



ORGÁNICO E INDUSTRIAL A LA VEZ

La “bioimpresión” ha avanzado a tal grado que ahora tenemos huesos, músculos, órganos (como corazones e hígados), orejas y tejido celular que científicos de la Universidad de Wake Forest (Estados Unidos) han implementado de forma exitosa. La intención, por supuesto, es conseguir que los humanos también puedan recibirlos sin rechazo y acortar las listas de personas en espera de donaciones. Si todo marcha bien, el siguiente paso podrían ser ovarios para ayudar en la infertilidad mundial (no te pierdas el artículo en la página 84). Los resultados en ratones han conseguido que tuvieran bebés saludables.

REGENERACIÓN POR PARTES

Y si las partes orgánicas llegan a fallar, la impresión en 3D sigue siendo la respuesta. Prótesis y armazones para el cuerpo pueden conseguirse rápidamente. El diseñador Deniz Karasahin creó un yeso para el brazo que no solo protege un hueso roto, sino que ayuda a sanarlo gracias a un sistema de ultrasonido que agiliza en un 38 % el proceso.



FOTO: SHUTTERSTOCK E INTERNET



OBRAS QUE DEBES TOCAR

Uno de los usos más humanos de la tecnología es abrir un mundo “visual” a las personas ciegas o de baja visión. Es un proyecto de la compañía 3D Photoworks que se dedica a imprimir obras de arte clásicas y fotografías que se transforman en esculturas. Así, las personas ciegas pueden sentir la Mona Lisa, por ejemplo, mientras unos sensores activan descripciones de audio al recorrerlas.

CASAS EN 24 HORAS

Ninguna escala es exagerada. En Rusia, la *startup* Apis Cor construyó una casa de 37 m2 en menos de 24 horas para demostrar la velocidad de producción de estas máquinas. La base, los pisos y paredes se crean con la máquina y luego los constructores solo le dan acabados como ventanas y el techo. Este método reduce el 40 % de los costos de construcción y es sustentable, ya que usa menos cantidad de material y emisiones.



CHEF DE BOTONES

Los experimentos y deliciosos resultados nos hacen pensar que podríamos ser flojos y *gourmet* a la vez... o bueno, eso queremos pensar. La impresora ChefJet Pro 3D puede imprimir dulces en cubos, esferas y otras formas que los humanos difícilmente podríamos lograr con sabores como vainilla, menta o cereza. En Instagram, la chef Dinara Kasko @dinarakasko cautiva con sus pasteles geométricos e impecables que logra gracias a los moldes personalizados que crea con su impresora.

UNA ORQUESTA EXPRESS

En 2014, en la Universidad de Lund en Suecia, sucedió el primer concierto de estudiantes en el que solo usaron instrumentos impresos en 3D y ¡fue todo un éxito! La banda incluía dos guitarras, un tambor y un teclado. Fueron creados por el profesor Olaf Diegel con la intención de explorar formas complejas que serían imposibles de producir con otros métodos, además de poder ofrecer instrumentos personalizados. La compañía 3Dvarius ha seguido la idea con un proyecto de un violín transparente e innovador por su capacidad de “simbiosis” con el/la músico/a.





ES MOMENTO DE ENTENDER BLOCKCHAIN: ¿QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE?

Una guía *for dummies* sobre esta tecnología que cambia día con día las transacciones monetarias y la información personal.

POR: **SANDRA LÓPEZ CASTILLEJA.**
EXAUDEM DE LETRAS ('20). UDEM.

Todos hemos escuchado hablar de *blockchain*. Los expertos estiman que trae consigo una transformación financiera y tecnológica con infinitas aplicaciones y, probablemente ya lo usas, pero ¿qué es?

Va una explicación fácil: imagina una habitación llena de computadoras que registran los intercambios de información de un grupo de personas. Si una de estas es destruida, todas las demás mantienen el registro a salvo.

Nada puede anotarse en su "libro contable" sin haber sido verificado por otra. Aunque cada una lo registra en un idioma diferente, todas comparten la

información en eslabones unidos entre sí y resulta imposible modificar uno de ellos sin cambiar todos los demás. Es literalmente una cadena de bloques de información: *block-chain*.

Blockchain es una tecnología de registro distribuido y una base de datos gigantesca compartida por distintos nodos. Estos registran información con una seguridad asombrosa e inmutable, sin necesidad de intermediarios. *Blockchain* utiliza una distribución y criptografía avanzadas que protege los datos contra amenazas tecnológicas y físicas, y funciona en cinco sencillos pasos:

- 1**
Un usuario solicita una transacción que crea un bloque.
- 2**
El bloque se difunde entre todos los nodos o servidores.
- 3**
Se comprueban todos los nodos y la transacción.
- 4**
El bloque se añade a la cadena.
- 5**
Se verifica y se realiza la transacción.

PHOTO: SHUTTERSTOCK

La mayor aportación de esta tecnología es la seguridad. Usualmente se utiliza para proteger las transacciones de compra-venta o la creación de criptomonedas, pero puede ser útil para el intercambio de cualquier información en cualquier parte del mundo y con un margen de error minúsculo.

La tecnología *blockchain* es capaz de asegurar la transparencia en una cadena de suministros y permite a las empresas detectar irregularidades, y a los consumidores saber de dónde provienen sus productos. Además, puedes enviar información médica delicada entre proveedores de servicios de salud, agilizar trámites públicos o privados a través de contratos inteligentes, llevar el marcador en eventos deportivos, asegurar la propiedad intelectual, distribuir ayuda alimentaria o

asistencia educativa entre refugiados. Incluso podrían utilizarse en las elecciones, por su seguridad. Todo esto significa una reducción de costos y margen de error.

Si eres consumidor de Microsoft, Amazon, Apple, Samsung, Walmart o Spotify, entre muchos otros, es probable que te hayas beneficiado de esta tecnología. Aunque diversos opositores se han preocupado por la falta de un marco legal, por la cantidad limitada de datos que puede gestionar por ahora, o por la simple desconfianza, *blockchain* tiene el potencial de mejorar la seguridad de todos, facilitar los procesos cotidianos y mejorar la eficiencia y eficacia de todo intercambio.

Aún se encuentra en sus primeras fases experimentales, pero el Foro Económico Mundial estima que, para 2025, al menos un 10% del PIB mundial estará almacenado en este tipo de sistemas y cada día crece en número de usuarios. Es el futuro. o



REALIDAD + VIRTUAL

**ES EL SIGUIENTE PASO
EN LA EVOLUCIÓN DIGITAL**

Pensamos que es el futuro, pero en realidad ya la vivimos en el trabajo, en nuestras salas, en los viajes. ¿Qué tanto cambia la realidad virtual nuestro día a día?

POR: **DANIEL DE JESÚS
ÁLVAREZ GARCÍA.**
ESTUDIA LA MAESTRÍA
EN ARTE Y DISEÑO DE
VIDEOJUEGOS, **UDEM.**

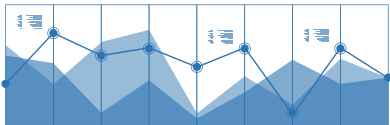
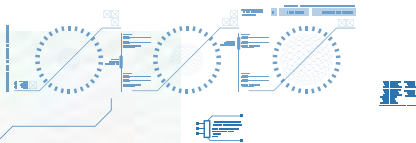


¿Qué es lo que piensas al escuchar el término realidad virtual? ¿En un videojuego? ¿En una película? ¿En algún libro? Lo primero en lo que yo pienso es en películas de ciencia ficción como *Ready Player One*, *Matrix*, *Piso 13* o *Tron*, donde la trama se desarrolla en torno a la tecnología que permite a los usuarios sumergirse en un mundo completamente digital. Pero, ¿qué es la realidad virtual? Tal como lo muestran estas cintas la podemos definir como un entorno manipulable, completamente inmersivo, donde todos sus elementos son generados por computadora.

Para adentrarte en estos entornos virtuales es necesario usar unas gafas especiales con auriculares que inhiben el exterior y simulan la experiencia sensorial. Estos lentes cuentan con una pantalla que se ubica frente a tus ojos y que está diseñada específicamente para la simulación; además, son capaces de reconocer el movimiento de tu cabeza, lo que te brinda una vivencia de 360 grados y puedas observar cada rincón que ofrecen estos escenarios.



Oculus Quest 2



En las películas que mencioné anteriormente, la realidad virtual se muestra como un elemento de ciencia ficción, pero gracias a tecnologías como Oculus —que fue comprada por Facebook en 2014— la ciencia ficción se está convirtiendo en ciencia real. Sus lentes Quest 2 nos permiten usar herramientas como Horizon Workrooms, mediante las cuales podemos organizar reuniones virtuales con múltiples usuarios en una misma sala, muy al estilo de *Star Wars*, donde los maestros Jedi usan proyecciones holográficas para juntarse a pesar de estar en diferentes puntos de la galaxia.



Juego *The Climb 2*



The Mandalorian



Star Wars



Y ya que andamos en películas (y series), *The Mandalorian* trajo bajo la manga varios procesos innovadores: todos los escenarios de las galaxias lejanas fueron desarrollados en el motor de videojuegos Unreal Engine y fueron proyectados en pantallas LED en tiempo real en los sets. Esto permitía a los actores adentrarse en la narrativa, a diferencia de usar la pantalla verde tradicional, y se sentían más cómodos mientras hacían su trabajo.

Oculus también nos trae experiencias inmersivas híper realistas de entretenimiento que, para algunos usuarios, podrían resultar imposibles de realizar. Nos permite, por ejemplo, sumergirnos en situaciones que en la vida real podrían ser muy peligrosas; en el juego *The Climb 2* podemos escalar la punta más alta de una montaña nevada o apreciar la vista desde un rascacielos neoyorquino.

La realidad aumentada también sirve para recrear lugares históricos, como lo hizo el Consorcio de la Ciudad Monumental de Mérida (España): los

visitantes del teatro romano de este municipio español disfrutaban la recreación digital del lugar con ayuda de gafas especiales (¡hasta peleas de gladiadores hay!). Otro campo en el que la realidad virtual comenzó a revolucionar fue el de la educación, especialmente a raíz de la pandemia. Los estudiantes pueden explorar y aprender de manera más interactiva diferentes asignaturas y pueden acceder a estos contenidos desde una *laptop*, un celular o *tablet* y no necesitan utilizar gafas especializadas: existen adaptadores de plástico o inclusive de cartón que, al introducir un celular, se convierten en lentes de realidad virtual.

Al leer todos estos ejemplos de cómo la realidad virtual ha evolucionado, se ha adaptado a diferentes medios y de cómo la tecnología se hace cada vez más accesible al usuario, nos cuestionamos cuál es el siguiente paso en cuanto a herramientas capaces de sumergir al usuario en entornos digitales y cómo alterarán nuestro día a día. ○

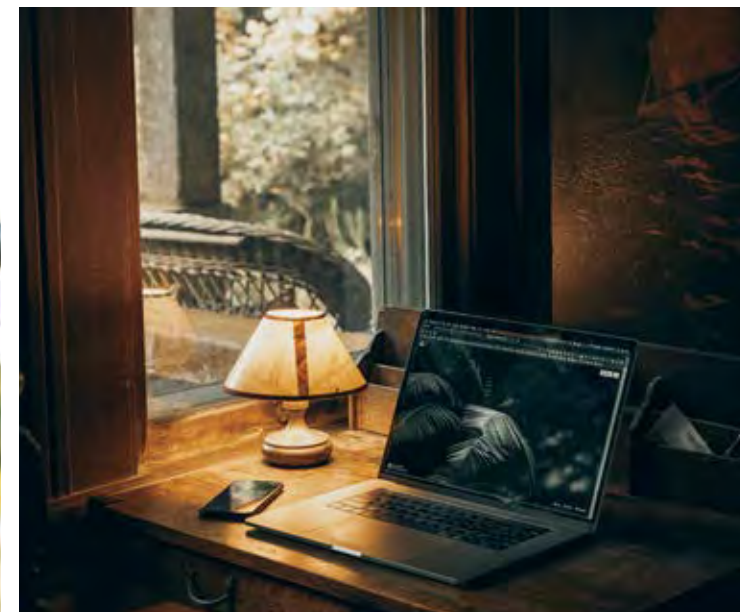
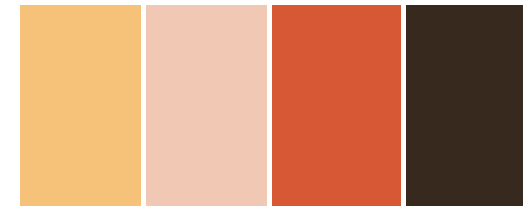
MOOD BOARDS

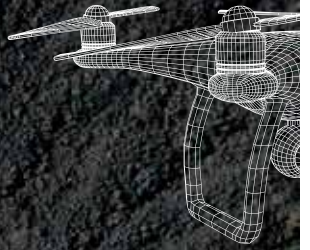
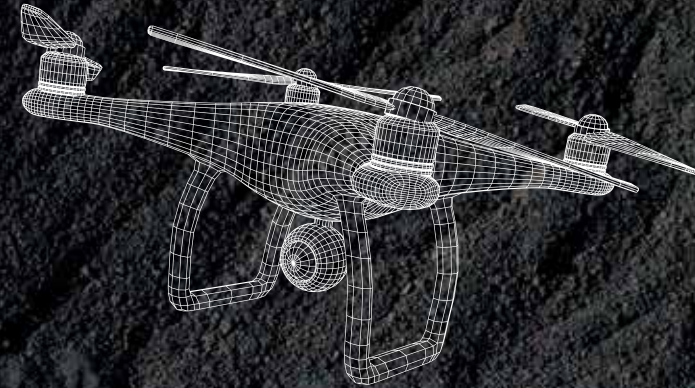
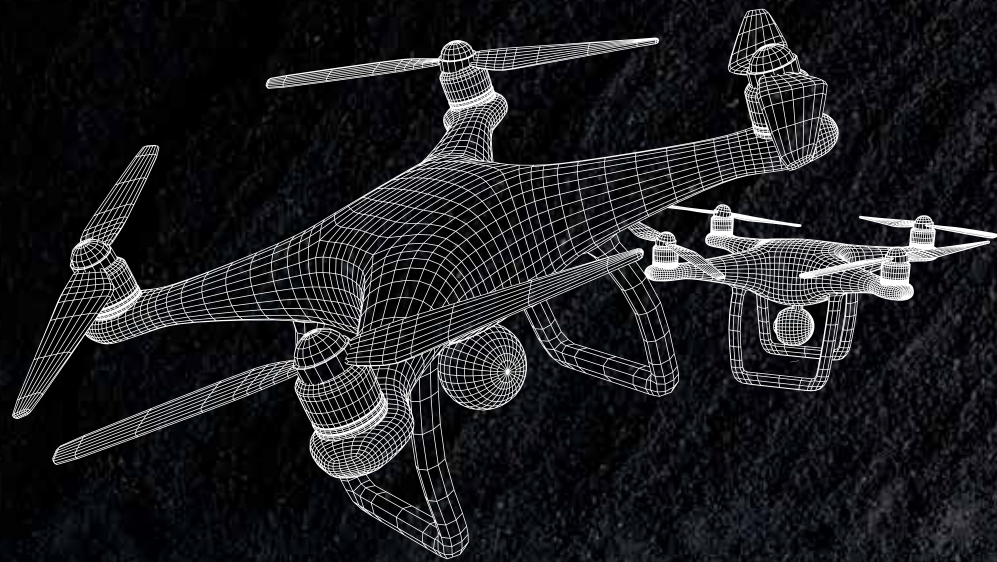
ENTRE AQUÍ Y ALLÁ (QUE ES LO DIGITAL)

Una clave importante para tu vida es el balance en todo lo que haces. “La vida es como andar en bicicleta. Para mantener tu equilibrio, debes moverte”, dijo Albert Einstein, claro, arriba de una bici. Con más momentos de nuestras vidas bombardeados por la digitalización, como fotos, clases, compras, juegos y relaciones, debemos concentrarnos en no perder lo que podemos tocar (que no sea un teléfono, por supuesto). Un poco de aquí y un poco de allá para no perder nuestra esencia... ni nuestro paso.



FOTOS: UNSPLASH Y SHUTTERSTOCK





LOS DRONES

PAUTAN EL FUTURO DEL TRABAJO

POR: **JORGE TORRES**. ESTUDIA 8.º SEMESTRE
DE LA LICENCIATURA EN FILOSOFÍA, **UDEM**.

¿Cuál futuro nos brindan los drones y la inteligencia artificial?
A modo de ensayo con varias preguntas y algunas respuestas
(como todo en la vida), el autor nos da señales de esperanza
y límites a considerar.



SI LA TECNOLOGÍA REEMPLAZA A LA HUMANIDAD, ¿CUÁL ES EL LEGADO QUE PONDREMOS EN NUESTRAS ESPALDAS?

Podríamos pensar que cuando una puerta se cierra, otra se abre. Si bien los drones reemplazarán a los conductores, se presenta la necesidad de que haya alguien que maneje estos drones y que, incluso, los construya.

Más que una solución, es un parche. La llegada de la inteligencia artificial desplaza cada vez más las ya escasas posibilidades laborales novedosas. Con sus avances es más factible pensar que ni los drones ni las futuras tecnologías necesitarán ni de pilotos, ni de constructores ni de quién los maneje a distancia.

Se avecinan nuevas oportunidades laborales que respondan a nuevos desafíos y retos conforme a la época en que vivimos. Si bien se van cerrando puertas

que tradicionalmente estaban abiertas, hay posibilidades alternas que cada día parecen menos posibilidades y más realidades.

Dejar de pensar la tecnología como ajena sino como hermana, como ayudante y no solo como herramienta, es un primer paso hacia la conquista del futuro: uno que se avecina complejo, sí, pero esperanzador.

Al final del día quedan preguntas sin resolver y anécdotas por contar, pero sin duda una idea que no sale de mi mente al pasar por estos lares es: ¿qué le dejaremos al futuro? Si la tecnología reemplaza a la humanidad, ¿cuál es el legado que pondremos en nuestras espaldas? Ofrezco una posible respuesta: la ética. ○

Es la tecnología un camino a seguir cuando hablamos de progreso social? Es una pregunta sin respuesta (aparentemente). El ser humano avanza a pasos agigantados en cuanto a que sus herramientas mejoran la calidad de vida. Desde hace poco más de medio siglo, la tecnología ha crecido como nada en la historia. Desde teléfonos que parecían ladrillos, hasta nanotecnología en procesos quirúrgicos, hemos desarrollado herramientas que responden afirmativamente a nuestra pregunta inicial.

En esta ocasión me refiero a los drones. ¿Sabías que estos “aviones no tripulados” datan de 1849, cuando los austriacos enviaron cerca de 200 globos aerostáticos no tripulados con bombas sobre las aguas de Venecia? Los drones nacieron justamente bajo esa idea: la de ser vehículos no tripulados con fines militares. Pero lo que nació como una herramienta bélica fue evolucionando hasta nuestros días.

En 1898, Nikola Tesla desarrolló el control remoto. Gracias a este invento, se potenció la idea de un avión sin piloto que pudiese sobrevolar los aires con

distintos propósitos, ya no solamente bélicos. Sin embargo, el tema de la violencia y los drones no deja de preocupar, desde entonces a la fecha: su vasto desarrollo al día de hoy permite preguntarnos si será una herramienta ampliamente benéfica al respecto de las guerras. Lo explicamos a continuación.

Si necesitamos un disparo a distancia, ¿qué mejor que un dron? Si se necesita soltar bombas en cierto lugar, ¿qué mejor que un dron? Si se necesita enviar cargamentos bélicos de un lugar a otro, ¿qué mejor que un dron? Dejemos de lado la perspectiva bélica y centrémonos en la última pregunta: ¿qué pasa si necesitamos enviar cargamentos de un lado a otro? Quizá la vía marítima o el transporte aéreo/terrestre sea la primera idea, pero todas estas opciones tienen algo en común: hasta hoy, han necesitado de un piloto o conductor.

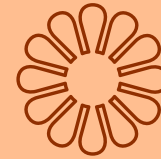
Si bien la posibilidad de agilizar procesos, reducir riesgos humanos y abrir nuevas oportunidades en la relación de tecnologías y humanos es enorme, prevalece la pregunta de qué pasará con todos aquellos trabajadores cuyos empleos quedarán obsoletos. Es un miedo de todas las generaciones.



FOTOS: SHUTTERSTOCK



“



SISU, RAYA AND THE LAST DRAGON

EL **K-POP** ES COSA SERIA

ES UNA MONEDA DE DOS CARAS

El pop coreano ha sido una fábrica de éxitos que hasta hace poco solo habían tenido alcance nacional (con algunas excepciones), pero con el lanzamiento de "Gangnam Style" de Psy en 2012 el mundo occidental empezó a voltear a ver a Corea del Sur como un importante productor y exportador de cultura. Esto hizo que tanto el gobierno como empresarios redoblaran esfuerzos para sumergir al mundo en la Ola Coreana. Esto impulsó el consumo de la cultura coreana, desde la comida hasta los productos de higiene personal, y el k-pop.

Este género musical ya sobresalía y dominaba las listas de popularidad. Pero ha sabido ganarse la atención y corazón de millones de fans gracias a que los grupos y artistas tienen una fuerte presencia en redes sociales.

Esta interacción ha generado un sentimiento de comunidad y pertenencia entre las legiones de seguidores, y esto, a su vez, ha creado un efecto inesperado: activismo social liderado por fans del k-pop.

POR: NILSA FARÍAS FORNÉS

DISEÑO DE ARTÍCULO POR: LETICIA GÓMEZ Y KAREN ARELLANO



Transpórtate al año 2012. En la tele pasaban la última temporada de Gossip Girl, el crucero Costa Concordia naufragó y murieron 400 personas, las Olimpiadas de Londres nos emocionaron durante agosto, Vicente Fernández anunció su retiro de los escenarios (que siempre no) y los Gigantes de Nueva York ganaron el Super Bowl XLVI (otra vez, contra los Patriots de Brady). Todos tenemos recuerdos predominantes diferentes de ese año, pero si algo trascendió gustos, nacionalidades y edad fue ese “Oppa Gangnam Style”. Dejábamos todo y empezábamos a bailar como si fuera el Payaso de rodeo, de Caballo Dorado.

El k-pop irrumpió en la conciencia colectiva occidental en 2012 con esta pegajosísima canción de Psy (“eeeeeh, sexy lady”) y llegó acompañado de un (excelente) video musical con jóvenes de rostros perfectos, coreografías impecables y —al parecer— el poder de unir a personas y movilizar a las masas: fue el primer videoclip en llegar a los mil millones de vistas en YouTube y “rompió internet” durante varias semanas (su siguiente canción, Gentleman, no tuvo el mismo éxito).

4,172,357,380

Es el número de vistas que tiene el video
“Gangnam style” de Psy en YouTube
A septiembre de 2021



APUESTA GANADORA AL SOFT

Este éxito fue el clímax de la orquestación del gobierno surcoreano para explotar y exportar su cultura. Esos esfuerzos se gestaron desde hace 30 años y se conocen como **Hallyu**, “ola coreana”. Empezó cuando Seo Taiji and Boys hicieron su debut en 1992 y aceleró la revolución musical en Corea del Sur. Pocos años después, tanto el gobierno como los empresarios se dieron cuenta que la música, las películas, la televisión, la moda, la comida —la cultura entera— podrían convertirse en productos de comercio internacional. ¿Sus más recientes éxitos? El boom de las BBQ coreanas, *Parasite* (el huracán de los Oscar 2020) y, por supuesto, *Squid Game*, un monstruo de serie que se convirtió en pocas semanas en un fenómeno cultural mundial.

Casi una década después del Gangnam Style, estamos completamente inmersos en la k-beauty, los k-dramas y, por supuesto, el k-pop de la ola coreana. Bandas como **BTS**, EXO, **Black Pink** y Twice se posicionaron como fuertes competidores de sus homólogos occidentales y ahora dominan, con sus canciones pegajosas y melodías animadas, las listas de popularidad y las entregas de premios. Pensarás que el



38,800,000
de personas siguen a BTS en Twitter
la banda con más seguidores en la plataforma

EL ORIGEN DEL FANDOM

k-pop es solo para surcoreanos o asiáticos, pero no: es para todos. Tu sobrina escucha playlists repletas de BTS, un adolescente en Colima tiene un póster en su cuarto de Sana (de la banda Twice), una mamá en Río de Janeiro tararea las canciones de GOT7 mientras maneja por su hija al kínder.

Es una fuerza masiva con mucha popularidad e ingenio. “Todo en el Top 40 es de un tempo medio-bajo. El sentimiento que te deja el k-pop es alegre y positivo”, explicó Leslie Whittle, directora de programación de radio en la estación KRBE de Houston, Texas, para The Rolling Stone en 2018. Los compositores Rodnae “Chikk” Bell y Claude Kelly señalaron en la misma publicación que las canciones del pop surcoreano son más complicadas al usar más melodías y armonías que otros pops; incluso han entendido mejor el R&B que el pop estadounidense. “Literalmente nos están reintroduciendo nuestras mismas cosas. Nos dicen ‘Oye, esto que hiciste fue genial y todavía lo amamos’”, dijo Kelly.

Esta fórmula de música producida a la perfección, diseñada específicamente para producir un sentimiento feel good, fue lo que enganchó a miles de millones de fans alrededor del mundo, en combinación con la constante presencia de los ídolos en redes sociales, para llegar a un fenómeno inesperado, pero inevitable: activismo y justicia social. No te la esperabas, ¿verdad?

El fandom ya es digital y altamente participativo. Las redes sociales han acercado a los fans a sus ídolos y crearon un sentido de comunidad, de pertenencia. No por nada, las fans de Taylor Swift son los Swifties, los de Justin Bieber son los Beliebers, Lady Gaga llama a los suyos Little Monsters y los de BTS son el Army.

El fandom no descansa: si tu artista favorito lanza un nuevo sencillo, lo escuchas infinitamente en una plataforma de stream; si publican un tuit sobre su nueva gira de concierto, lo retuiteas con un corazón; si postean una foto de “Buenos días”, le das like; si actúan en una película, la ves el día del estreno; si sacan mercancía nueva, compras lo que puedes... y si comparten una noticia sobre algún tema de interés político, pondrás atención.

En medio de un clima social y político extremadamente volátil, tanto nacional como global, esta identidad y sentido de pertenencia sólidos hicieron que los fans del k-pop se movilaran para crear un impacto positivo en su comunidad y demostrarles a los grupos vulnerables que tienen un aliado en ellos.

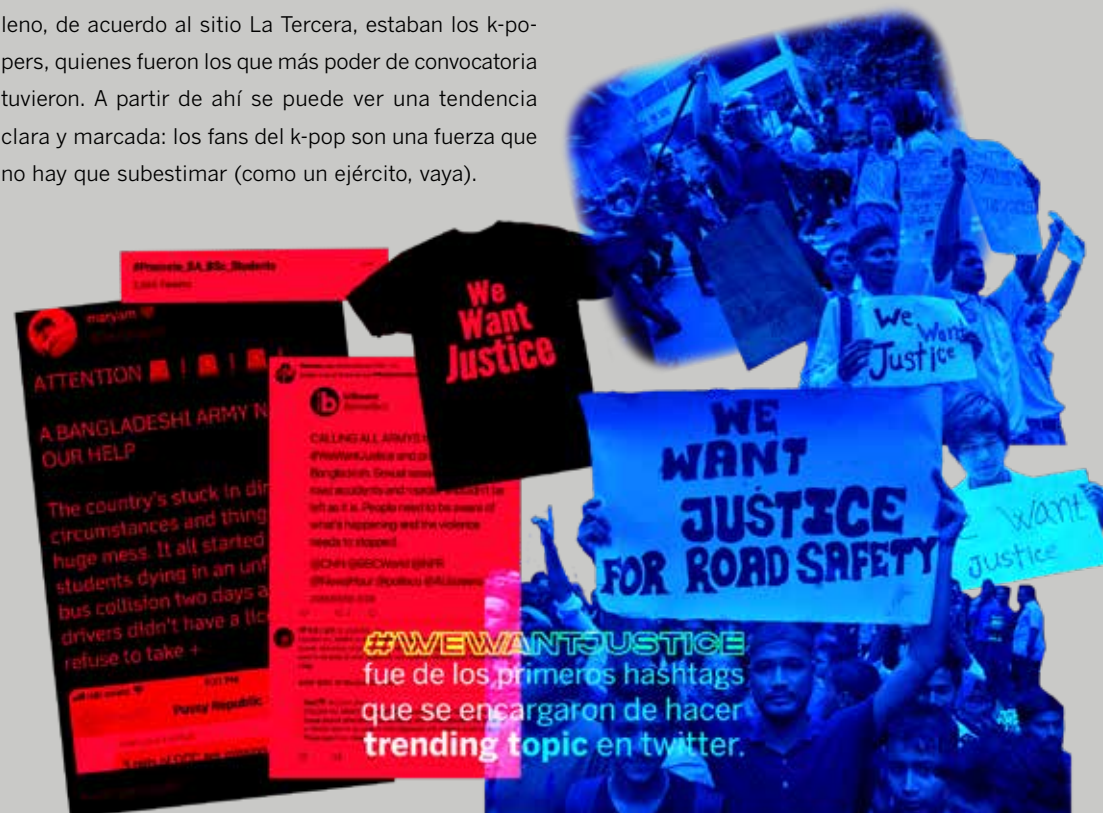
De hecho, un estudio del Instituto Dún Laoghaire de Arte, Diseño y Tecnología (República de Irlanda), afirma que pertenecer a un fandom de k-pop incrementa la felicidad, el autoestima y la conectividad social de los participantes.

LOS HASHTAGS DE LA ACCIÓN SOCIAL

El activismo digital del k-pop inició hace cuatro años: En 2018, gracias a las bandas surcoreanas y a sus fans, se popularizó **#WeWantJustice** en Twitter para visibilizar los abusos y la censura del Gobierno de Bangladesh a los estudiantes, luego de un choque mortal entre dos autobuses. A finales de 2019, Chile estalló con protestas contra el gobierno de Sebastián Piñera por el pésimo manejo de la economía y la falta de apoyo a la población. Lograron congregaciones masivas de jóvenes y enfrentamientos con la policía que el gobierno atribuyó a la "influencia de extranjeros" en un informe posterior.

Entre los agentes de caos que listó el gobierno chileno, de acuerdo al sitio La Tercera, estaban los k-popers, quienes fueron los que más poder de convocatoria tuvieron. A partir de ahí se puede ver una tendencia clara y marcada: los fans del k-pop son una fuerza que no hay que subestimar (como un ejército, vaya).

EL GOBIERNO Y LOS EMPRESARIOS DE COREA DEL SUR SE DIERON CUENTA QUE LA MÚSICA, LAS PELÍCULAS, LA TELEVISIÓN, LA MODA Y LA COMIDA PODRÍAN CONVERTIRSE EN PRODUCTOS DE COMERCIO INTERNACIONAL.



Igualaron la donación de 1 millón de dólares a BTS a **#BLACKLIVESMATTER** en 24 horas



LOS K-POPERS CREARON EL HASHTAG #MATCHAMILLION Y LOGRARON RECAUDAR UN MILLÓN DE DÓLARES PARA ESTA CAUSA.

El activismo más macizo de los fans del k-pop se notó durante **#BlackLivesMatter** (#BLM) en Estados Unidos, en mayo de 2020. Fueron protestas en todo el país (y decenas de ciudades en el mundo) por la muerte de George Floyd a manos de un policía y #BLM

recibió apoyo de toda clase de personas (de todos los colores, edades y orígenes); parte de este apoyo se vio reflejado en donaciones a la causa, luego de que BTS anunciara en su cuenta de Twitter que donaría un millón de dólares al movimiento. Conmovidos por el altruismo de los artistas, sus seguidores crearon el hashtag **#MatchAMillion** y lograron recaudar otro millón para #BLM.

MAGA:

MAKE AMERICA GREAT AGAIN(ST TRUMP)

Los fans del k-pop reafirmaron su poder pocos días después al “spammear” una app de denuncia anónima del departamento de Policía de Dallas, Texas. Los uniformados, por medio de Twitter, pidieron apoyo del público para que compartieran casos de “actividad ilegal” durante las manifestaciones de #BLM vía la app. En vez del apoyo comunitario que la Policía esperaba, lo que sucedió fue que la plataforma se saturó con memes, GIFs, comentarios y, claro está, contenido de k-pop, al grado que quedó inhabilitada.

Ese verano, los k-poppers no se detuvieron y se convirtieron en el terror de los supremacistas blancos y los seguidores de Donald Trump, quien buscaba la reelección para un segundo término. Lo que hicieron fue “secuestrar” todos los hashtags relacionados con Trump y su plataforma, como #MAGA, #Trump2020, #WomenForTrump y #BuildTheWall. Asimismo, descarrilaron un rally: Trump invitó a sus simpatizantes a participar en una mitin en Tulsa, Oklahoma, a través de un link en sus redes sociales. Todo lo que los interesados tenían que hacer para asistir era registrarse. Pero los fans del k-pop vieron una oportunidad dorada para manifestarse y, de paso, arruinarle la fiesta a un presidente que, en su opinión, no había hecho ni lo más mínimo para unificar al país.

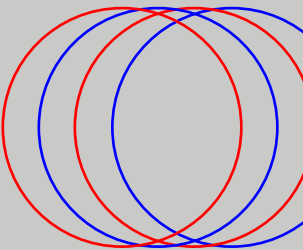
El rally fue un fracaso. El aforo del recinto era para 19 mil personas y solo asistió una minúscula fracción, de acuerdo con The Guardian. La administración Trump quiso culpar a las Fake News de los resultados, pero no se podía ignorar que la comunidad k-pop tuvo mucho que ver. “Trump ha tratado activamente de enajenar a millones de estadounidenses de muchas maneras y, para mí, esta fue la protesta en la que pude participar”, le expresó una joven neoyorquina a The New York Times.



Estos son algunos de los ejemplos más prominentes del **activismo** en el k-pop, pero existen muchos más. En Tailandia, fans locales del k-pop empezaron a apoyar a conductores de tuk tuk (triciclos motorizados para pasajeros) y vendedores de comida, dos de los negocios más golpeados por el coronavirus, al comprarles publicidad ambulante que festeja a los cumpleaños, lanzamientos de álbum o, simplemente, la existencia de sus ídolos favoritos.

En Indonesia, para celebrar el cumpleaños de Jimin, miembro de BTS, el Army de Yakarta organizó una recaudación de fondos para plantar mil árboles en zonas que han sido afectadas por la crisis climática. En pocos días, los fans juntaron suficiente dinero para plantar casi nueve mil árboles. Y para cerrar esta sección de logros, en 2020 el Army indio juntó dinero para las víctimas de las inundaciones en el Estado de Assam. Vaya ejército.

EL K-POP ES COSA SERIA: ES UNA MONEDA DE DOS CARAS



MÁS QUE SIMPLES FANS

El activismo de los fanáticos del k-pop a nivel global fue inesperado para muchos, pero para los surcoreanos fue un proceso natural. Para ellos, es normal trasladar la aplicación de sus habilidades para proyectar a sus ídolos a causas sociales y políticas.

“He sido fan del k-pop durante mucho tiempo, sé cómo la gente se reúne y mueve en línea, así que estoy usando mis habilidades para nuestra campaña”, explicó a la agencia Reuters Kim Na-yeon, fan de la banda NCT Dream y parte del grupo Youth 4 Climate Action.

Un factor que también influyó en el éxito de la visibilización altruista del k-pop fue que la gran mayoría son jóvenes (millennials y centennials) que tienen como valores principales a la justicia social, la filantropía, el desarrollo sustentable y la protección del medio ambiente, entre otros similares. Además, con ayuda de internet, están muy conscientes de que viven en una aldea global; al igual que se identifican con el k-pop a pesar de no hablar coreano, las problemáticas del otro lado del mundo resuenan en ellos.

El k-pop y su fandom tampoco son inmaculados: dentro de la industria y la comunidad existen problemas serios de racismo, salud mental, xenofobia, misoginia y apropiación cultural, pero esto no resta a que este **género musical** y sus seguidores son ahora reconocidos, admirados y hasta temidos por su poder de convocatoria, por su rápida respuesta y su capacidad para inclinar la balanza en diferentes contextos. No por nada decimos que el k-pop es cosa seria. Y muy muy pegajoso y ameno de escuchar. ○

FÓRMULA DE MÚSICA
producida a la perfección, diseñada para
producir el sentimiento feel good

DISÑO: LETICIA GÓMEZ Y KAREN ARELLANO

INSPIRANDO



tu mejor decisión.

Carreras UDEM

EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

- Licenciatura en Ciencias de la Educación
- Licenciatura en Letras
- Licenciatura en Filosofía
- Licenciatura en Producción Cinematográfica Digital
- Licenciatura en Sociología
- Licenciatura en Ciencias de la Información y Comunicación
- Licenciatura en Estudios Humanísticos y Sociales
- Licenciatura en Psicopedagogía

ARTE, ARQUITECTURA Y DISEÑO

- Arquitecto
- Ingeniería en Innovación Sustentable y Energía
- Licenciatura en Animación y Efectos Digitales
- Licenciatura en Diseño Gráfico
- Licenciatura en Diseño de Interiores
- Licenciatura en Diseño Industrial
- Licenciatura en Artes
- Licenciatura en Diseño de Moda

NEGOCIOS

- Licenciatura en Contaduría y Finanzas
- Licenciatura en Dirección Estratégica del Capital Humano
- Licenciatura en Mercadotecnia Internacional
- Licenciatura en Negocios Globales
- Licenciatura en Creación de Negocios e Innovación Empresarial
- Licenciatura en Dirección y Administración de Empresas
- Licenciatura en Economía
- Licenciatura en Finanzas Internacionales
- Licenciatura en Mercadotecnia y Estrategia Creativa
- Licenciatura en Gestión e Innovación del Turismo

CIENCIAS DE LA SALUD

- Ingeniero Biomédico
- Licenciatura en Enfermería
- Licenciatura en Nutrición
- Licenciatura en Psicología
- Licenciatura en Psicología Clínica
- Licenciatura en Psicología del Trabajo y las Organizaciones
- Médico Cirujano y Partero
- Médico Cirujano Dentista

INGENIERIA Y TECNOLOGÍAS

- Ingeniería Civil y Ambiental
- Ingeniería en Gestión Empresarial
- Ingeniería en Tecnologías Computacionales
- Ingeniería Industrial y de Sistemas
- Ingeniero Automotriz
- Ingeniería en Mecatrónica
- Ingeniería en Robótica y Sistemas Inteligentes
- Ingeniero Mecánico Administrador

DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES

- Licenciatura en Ciencia Política y Gobernanza
- Licenciatura en Derecho y Finanzas
- Licenciatura en Derecho y Función Pública
- Licenciatura en Derecho
- Licenciatura en Relaciones Internacionales



f universidaddemonterrey
t @UDEM
i @GenteUDEM



SOMOS LA (RE)

GENERA CIÓN Z

¿Qué definirá el futuro del planeta?

La regeneración. La visión de los que llamamos generación Z sigue una misión clara: resolver el cambio climático. La sustentabilidad para reducir el daño no es suficiente, quieren activamente restaurar, nutrir, crear una condición en la que las personas, la economía y los ecosistemas florezcan.

POR: NURIA BALLESTEROS

La generación Z se asume a sí misma como la última generación que puede salvar al planeta, y no solo nos referimos a lo ambiental. Su conciencia está enfocada en recuperar lo que se dañó hasta ahora y en cómo crear un futuro sin caos social ni desastres naturales causados por los humanos.

El sitio Regenerative Futures preguntó en línea a personas de 15 a 21 años alrededor del mundo: ¿Qué significa la regeneración para ti? Las respuestas, agrupadas en un video, incluyeron muchos prefijos con “re” y esta repetición no es coincidencia. Reinnovación, reavivar, revolucionar, reconstruir, rediseñar, repensar, restaurar, representar, redistribuir y recontextualizar fueron las principales propuestas, seguidas de una búsqueda de cómo sanar, lograr la equidad y llegar a un acercamiento holístico de lo que implica salvar a la Tierra, con todo y sistemas y seres vivos que habitamos en ella. Su plan no es exclusivo para los de su edad, creen que el activismo requiere de todas las personas y que las comunidades son esenciales —ya

sean en línea o en persona—. Saben que necesitarán toda la fuerza posible para conseguirlo.

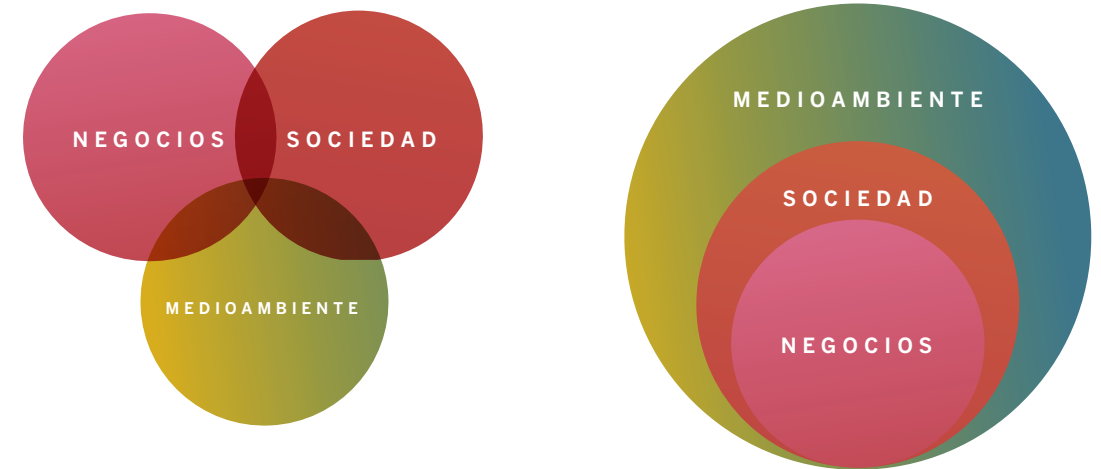
El 2020 llegó a alterar los planes que ya estaban en marcha, pero también fue un momento de claridad para trazar el camino hacia delante de un planeta en crisis. El *shock* de la pausa mundial y la amenaza a nuestra salud vino acompañada de una luz reveladora que mostró los errores y las debilidades de nuestros gobiernos, sistemas económicos, salud, cadenas de suministro y demás.

Los cambios de prioridades se dieron naturalmente: todas las generaciones tomaron esta pausa para replantear qué queremos y hacia dónde vamos. La generación Z aprovechó el momento de transición para hacer evidente que lo que creíamos impensable... ahora es posible. En una encuesta realizada por Wunderman Thompson en Estados Unidos, el Reino Unido y China, el 84 % de las personas cree que la economía debería ser reestablecida en una forma que se centre en la inclusión y la sustentabilidad.



EL PROYECTO

¿Y cómo va ese plan? A la fecha, un tercio de los países ya tiene uno de descarbonización. Las empresas hacen más campañas que se comprometen a tener una menor huella ambiental o incluso cero emisiones de carbono para 2030. El libro *Future Fit* de Giles Hutchins ha planteado un acercamiento a los negocios al servicio de la vida. La propuesta es un sistema holístico de tres círculos. El centro y el círculo más pequeño es el negocio dentro de un círculo más grande que considera a la sociedad y, finalmente, el círculo que engloba todo es el medioambiente.



Este sistema es llamado el *triple bottom line* en inglés o el triple resultado, y es un término que se ha empleado para medir el éxito y sustentabilidad de una empresa. Usado por primera vez en 1994 por John Elkington, ha sido retomado por Hutchins desde 2018 como la base de los nuevos modelos de negocios.

En vez de cumplir con dos círculos y dejar uno fuera, Elkington cree que, si se ve bajo la visión de “regeneración”, se deben conseguir los tres. Esta propuesta resume cómo se planea el futuro. Regenerar no es solo hacer lo correcto en un sentido moral, sino crear un camino con beneficios económicos que, por ende, se mantenga y nos acabe beneficiando a todos.

También es la forma en la que esta generación se imagina el trabajo en un futuro inmediato. El 72 % de la generación Z dice que no trabajaría para una compañía que no tuviera un buen récord sustentable. La economía basada en la “prona-turaleza”, como la denomina el World Economic Forum, podría tener un valor anual de negocios de 10.1 billones de dólares para el 2030. El objetivo de esta generación no es una simple idea positiva, es un negocio que (por fin) encuentra una forma de inspirar el cambio que el mundo necesita para que esta generación y las futuras puedan crecer.

**LA GENERACIÓN Z,
QUE ABOGA POR
LA SALUD MENTAL
COMO UNO DE LOS
TEMAS PRIORITARIOS,
COINCIDE EN QUE
PARA MEJORAR LA
CALIDAD DE VIDA
TANTO PERSONAL
COMO DEL PLANETA,
LA GENTE DEBE PASAR
MÁS TIEMPO EN
LA NATURALEZA.**

por adultos mayores de entre 55 y 66 años de edad. Estos cambios reforzaron un sentido de comunidad (y clientes leales) que representa los valores que las nuevas generaciones esperan de ellos. Este ajuste muestra los tres puntos que las empresas actuales y del futuro necesitan para integrarse a la “regeneración”: 1) educarse sobre las responsabilidades y necesidades sociales y ambientales que

existen, además de entender los riesgos; 2) no se trata de solo pagar, sino de mejorar la calidad de vida de los empleados; 3) fomentar el cambio, crear una cadena de valor que se alinea con los valores que esperan cultivar.

En un área más profunda, la generación Z ha empujado a que empresas ya establecidas revalúen sus cadenas de suministro o incluso con quién se asocian. Bajo la sombrilla de comunidad y que todos busquemos el bien común, las empresas han tenido que transformar sus operaciones. Unilever anunció que ya no trabajará con proveedores que no paguen a su *staff* una tarifa justa en 2030. L'Oréal seleccionó al 97 % de sus socios en 2020 con base en su rendimiento social y ambiental, siguiendo su objetivo de llegar al 100 % en un futuro cercano. Adidas se unió con Allbirds para crear un par de tenis que tengan la huella de carbono más baja del mercado.

Este sentido de comunidad se ha vuelto una categoría popular en las marcas que, como expresó James Carnes, vicepresidente de estrategia de marca en Adidas, en una entrevista con *Vogue*: “Cuando piensas en la competencia, tienes que cambiar tu perspectiva. Estamos compitiendo en la misma carrera contra el tiempo, lo que se interpone entre nosotros y un futuro mejor”.

ASÍ INVERTIRÁN SU DINERO

Los negocios y las marcas que se unen al movimiento de regeneración deben crear un beneficio para la mayoría y retener a la clientela de la generación Z. El 80 % de ellos considera que los problemas como la sustentabilidad están ligados intrínsecamente con otros como la pobreza, la igualdad y la justicia social. Un ejemplo de un rediseño es Starbucks, que ahora cumple con el triple resultado. En 2018, tras ser calificados como una empresa con problemas de discriminación, convirtieron este problema en oportunidad y se enfocaron en mejorar su propuesta para atender de igual manera a los negocios, la sociedad y el medioambiente. En la parte de sociedad ajustaron sus políticas para reducir la discriminación, generaron nuevos empleos para todas las edades y géneros e invirtieron en organizaciones sin fines de lucro.

Pero no fueron cambios solamente en EUA: en México inauguraron dos tiendas operadas en su totalidad



Mineral's Plant Buggy, es un robot de inspección de cultivos que está siendo desarrollado por X, el laboratorio de innovación de Google.

COMIDA DE BANQUETA

Ya hablamos de la ecoansiedad en la *360° UDEM* No. 04 y cómo determina nuestras decisiones de vida. La generación Z, que aboga por la salud mental como uno de los temas prioritarios, coincide en que para mejorar la calidad de vida tanto personal como del planeta, la gente debe pasar más tiempo en la naturaleza. La planificación urbana es una preocupación que une la mejoría equitativa para todos con cederle más espacio a la naturaleza. En Nottingham, Reino Unido, la iniciativa de Wildlife Trust propuso transformar un centro comercial abandonado en un pequeño bosque y una pradera de flores silvestres. Este es el cuestionamiento que será más frecuente alrededor del mundo: ¿Cómo se deben adaptar las ciudades?

**“CUANDO PIENSAS
EN LA COMPETENCIA,
TIENES QUE CAMBIAR
TU PERSPECTIVA.
ESTAMOS COMPITIENDO
EN LA MISMA CARRERA
CONTRA EL TIEMPO,
LO QUE SE INTERPONE
ENTRE NOSOTROS Y UN
FUTURO MEJOR”.**

“La agricultura es definitivamente la base de esta conversación”, dice John Fullerton, economista regenerativo, mientras que el “jardinero gángster”, Ron Finley, se convirtió en el referente de un movimiento de regresar al campo desde la ciudad. Logró cambiar la ley en Atlanta para poder plantar verduras y frutas en la banqueta de su casa y mejoró la alimentación de su comunidad (¡ya hasta tiene una *masterclass*!).

Finley invita al mundo a ser parte de una revolución de comida. Él no lo ve como un pasatiempo, sino como una acción revolucionaria para unir a las comunidades. La pandemia reforzó la idea de que debemos cuidarnos de enfermedades como la obesidad y la diabetes, que pueden prevenirse con una buena alimenta-

ción (la afición por las plantas no es coincidencia ni una tendencia pasajera, como podrás ver). Si esas plantas las cambiamos por frutas y verduras en nuestra banqueta, azotea o hasta la sala, ¿podríamos decirle adiós al supermercado o ir solo una vez al mes?

Z SIGNIFICA TRANSFORMAR

La generación Z es la primera que no conoce un mundo sin el internet y entienden el poder que tienen al acceder a tanta información y cómo usarla de forma responsable. Como predijo Kara Swisher, gurú de tecnología: “El primer trillonario de tecnología mundial va a ser un emprendedor de tecnología verde”.

Según la consultora PwC, la inversión en tecnología relacionada con el clima crece cinco veces más rápido que el resto del mercado, incluso superando a la inteligencia artificial. Este cambio de mentalidad obedece a que cada vez hay mayor facilidad de ser verde. El plástico y el carbono que surjan de todos

estos cambios también será controlado, e iniciativas como The Plastic Pledge 2050 han sido apoyadas por 350 millones de personas.

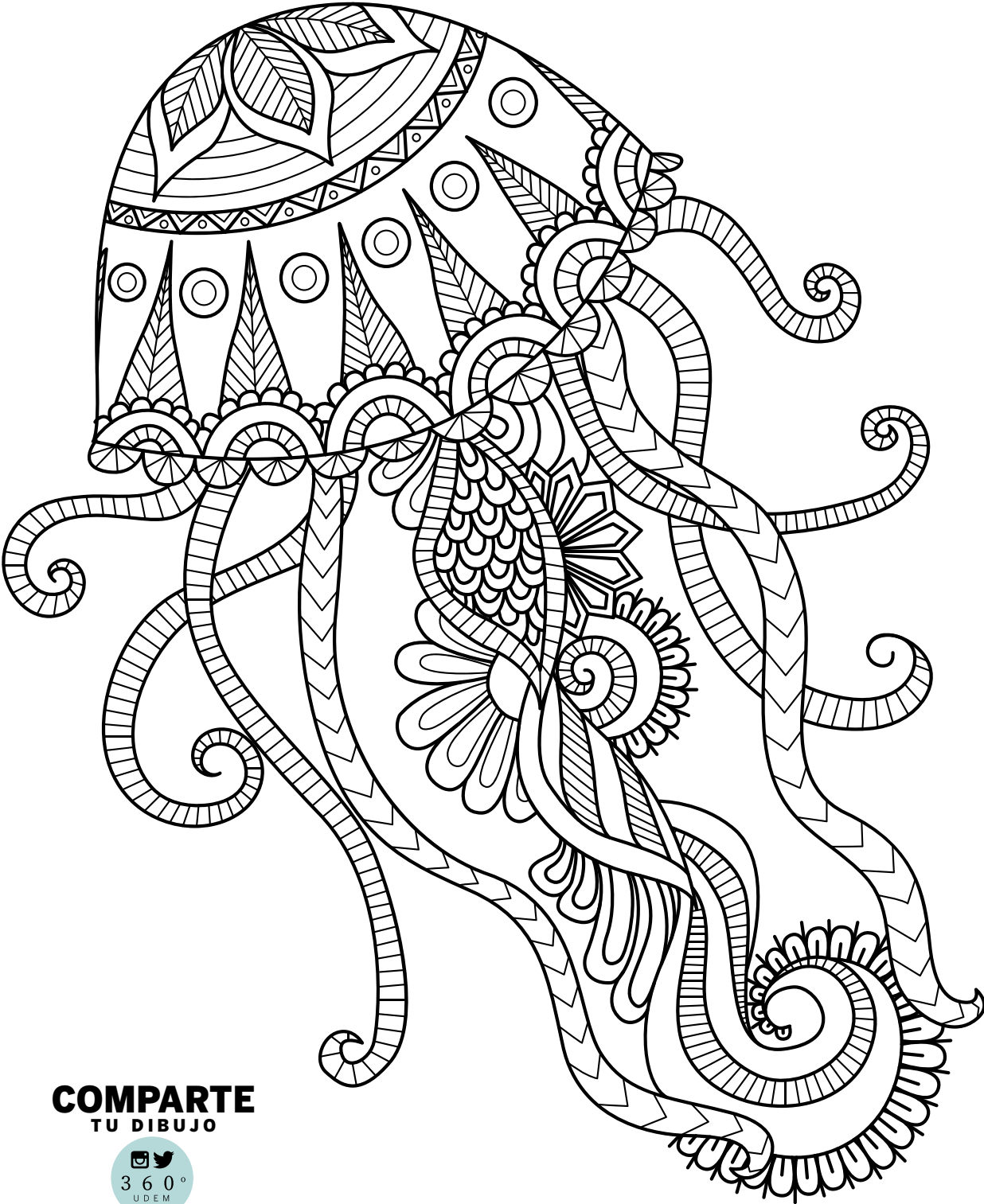
Las propuestas de esta nueva generación pueden sonar como ideas radicales, pero lo único que quieren es encontrar dónde estuvo el problema y pensar en una solución que no se base en tirar lo que tenemos y empezar desde cero.

El enfoque es solucionar lo que ya tenemos y quieren encontrar nuevas maneras de crear comunidades que entiendan que no son islas, que lo que hace una puede afectar a la otra. Además, quieren acordar puntos medios. Pensar a largo plazo. Crear modelos de negocios regenerativos. Educarse sobre las problemáticas antes de ponerles una “curita”. Colaborar en vez de competir. Tener una perspectiva interseccional. Honrar a su generación y a las futuras. Vaya, quieren salvar al planeta. Y hacer olas que inciten el cambio, que nos ayude a crecer como sociedad. o



La afición por las plantas no es coincidencia ni una tendencia pasajera.

FOTOS: THUAN PHAM Y PRISCILLA DU PREZ, UNSPLASH



**COMPARTE
TU DIBUJO**



www.360udem.mx



ayer, hoy y siempre



POR: **VANESSA RODRÍGUEZ LÓPEZ.**
ENCARGADA DEL CENTRO DE
BIENESTAR. **UDEM.**

El self-care no es solamente velitas o el episodio más reciente de un pódcast sobre mindfulness. La autora navega por todos los aspectos de este término que tiene mucho boom en el siglo 21... y analiza cómo lo podemos aprovechar mejor.

El término más común para esto es *self-care*. Poco menos usado y más vernáculo es autocuidado (para evitar anglicismos). Y es que, en los últimos tiempos, esta industria sufrió cambios importantes que seguramente impactaron tu vida diaria —y quizá no te habías dado cuenta.

Todo estilo de vida tiene sus inicios en la época del imperio romano y esta filosofía de una vida saludable tiene un rol en la participación política, social y personal. En su tiempo, los antiguos romanos lograron identificar que no solo se debía estar enfocado en generar dinero y llevar alimento al hogar, sino de disfrutar la vida, estar bien y vivir plenamente. Por otro lado, los griegos identificaron la autoconciencia como parte fundamental del autocuidado. Este, a su vez, permitía una sana participación pública con buena ética ante los encuentros políticos que en dicha época había.

¿Cómo se llevaba a cabo el *self-care* en estas épocas? Para sorpresa de todos, ya se pensaba en algo más que solo en una dieta saludable y una vida libre de ansiedad y estrés. La principal respuesta se coloca en los conocidos spas, que datan desde la Roma antigua. En la búsqueda de los ciudadanos de antes por llevar una vida equilibrada, los espacios dedicados al descanso y la interacción social dieron un giro de alto nivel político: en estos se tomaban las

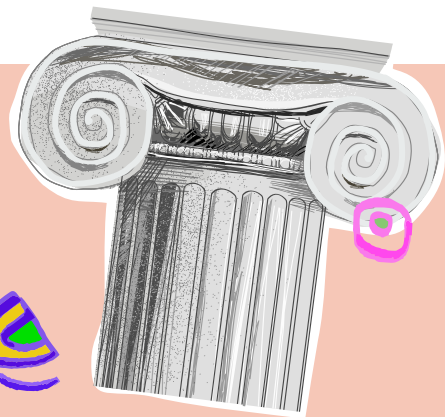
decisiones más importantes de la comunidad, procurando siempre la serenidad y tranquilidad que el vaporcito y las aguas calientes permiten.

Rápidamente se esparcieron por toda Europa — el Rey Enrique VIII de Inglaterra los promovió como espacios con altos niveles curativos y efectos rejuvenecedores— y tomaron tonos médicos; por lo mismo, hoy en día muchas personas consideran que, cuando se habla de *self-care*, únicamente se hace referencia a las condiciones del cuerpo y a los hábitos alimenticios. Esto es apenas una parte del alcance que hoy en día tiene el bienestar.

TANTA OFERTA, ¿PARA QUÉ?

El año pasado, la industria del *self-care* registró un valor de aproximadamente 11 mil millones de dólares. En los últimos siete años se notó un crecimiento considerable con respecto a los periodos anteriores y, con la pandemia, alcanzó horizontes increíbles. En 2020, su crecimiento fue de 250 % y ese mismo año la palabra *self-care* alcanzó la posición #1 como la búsqueda más frecuente en Google en cuanto a asuntos personales.

Es por eso que tenemos una oferta sin fin de propuestas, libros, herramientas y actividades que promueven el bienestar y, a pesar del mundo de opciones que nos rodea, parece que ninguna es muy



Los antiguos romanos reconocieron que no solo se debía estar enfocado en generar dinero y llevar alimento al hogar, sino de disfrutar la vida, estar bien y vivir plenamente.



Los griegos identificaron a la autoconciencia como parte fundamental del autocuidado.

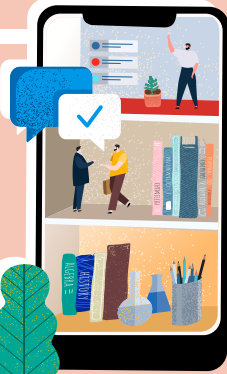
En 2020, la industria del *self-care* registró un valor de aproximadamente **11 mil millones de dólares.**

Los spas datan desde la Roma antigua

En la búsqueda de los ciudadanos de antes por llevar una vida equilibrada, los espacios dedicados al descanso y la interacción social tomaron un giro de alto nivel político: en estos se tomaban las decisiones más importantes de la comunidad.



En los últimos meses hubo un incremento de uso de *gadgets* tecnológicos para lograr el bienestar, así como un crecimiento de venta de dispositivos que miden los pasos, la frecuencia cardíaca, la quema de calorías y el sueño.



Aprender a discernir entre lo que aporta y perjudica a nuestra vida también es clave y para eso se necesita de una actividad básica del ser humano: **dormir.**

efectiva para mitigar la carga que conlleva la rutina diaria. Estamos expuestos a una sobresaturación en *social media* con personas que aparentan vidas y cuerpos perfectos, relaciones de película romántica y una posición económica que figura poco esfuerzo. Esto nos genera, es bien sabido, pensamientos como “yo no estoy así” y “yo no tengo eso”.

Además, en los últimos meses hubo un incremento de uso de *gadgets* tecnológicos para lograr el bienestar, así como un crecimiento de venta de dispositivos que miden los pasos, la frecuencia cardíaca, la quema de calorías y el sueño. Las ventas del Apple Watch se dispararon 23 % desde el primer trimestre de 2020, comparado con 2019, y no paró de venderse como pan caliente en 2021. Pero no podemos dejar de lado que, obvio, tener este dispositivo de Apple no nos garantiza ser más felices y que no nos ayuda a tener más tiempo para cuidarnos o a lograr un cuerpo más flexible.

MINDFULNESS: LA OTRA CARA

Por otro lado, hay otra herramienta dentro de esta industria que ha tenido un repunte y de la cual seguramente ya has oído hablar: *mindfulness*. Esta técnica de meditación es un negocio de miles de millones de dólares que promete ser una excelente opción para la disminución de estrés. Sin embargo, expertos han determinado que, si la meditación está asignada como una tarea más a realizar, puede generar efectos opuestos a los que pretende causar: incrementa el nivel de ansiedad de quien lo practica. Las obligaciones no son placenteras.

La exigencia de la sociedad por hacer cosas por el autocuidado, etiquetarlas como una tarea y tratarlas como un paso necesario para algo, corresponde al mayor problema que tenemos. No necesitamos más deberes y obligaciones en la agenda porque esto mantiene pensamientos de autocrítica y acabamos sumidos en la culpa de no lograr un equilibrio en nuestra propia vida.

Aprender a discernir entre lo que aporta y perjudica a nuestra vida también es clave y para eso se necesita de una actividad básica del ser humano: dormir. Lejos de empezar a comprar velas aromáticas y escuchar un pódcast de bienestar como primeras acciones para lograr tu cuidado, es imprescindible que te eches tus siete horas (promedio) de sueño. Es imposible pensar claramente cuando no se ha descansado. Puedo afirmar que, si quieres empezar a cuidarte, esta es la primera acción básica de *self-care*.

En esta nueva era de la industria del autocuidado podemos concluir una cosa: el bienestar no se trata de cursar una materia en bienestar y aprobarla, agregar múltiples *daily tasks* a tu agenda, comprar velas carísimas hechas con exclusivos aceites esenciales ni escalar el Himalaya y meditar en la cima. Se trata de hacer pequeños actos diarios como tender la cama, agradecer por las cosas buenas en tu vida, respirar profundo al despertar, lavar los platos después de la comida... cosas que te sitúen entre ser disciplinado y ser muy bueno contigo mismo.

*Ese es el inicio del equilibrio.
Tú eres tu prioridad.*

¿Humanos a la baja?

¿Puedes imaginar 7,700 millones de personas habitando la Tierra?
Ahora imagina que a partir de este momento no nace una persona más.
¿Realmente nos extinguiremos como especie?

POR: SABINA BAUTISTA

La idea apocalíptica sobre la extinción humana ha sido explorada desde varias perspectivas a lo largo de la historia, tanto por científicos y teólogos, como por escritores y cineastas. Hay una gama variopinta de posibilidades para desaparecer: desde ser borrados por un meteorito, hasta ser aniquilados por una horda de alienígenas o por un virus letal (más probable aún). Sin embargo, tal parece que la teoría más aterradora es aquella que plantea nuestra incapacidad de reproducirnos, nuestra impotencia para encontrar el equilibrio en el reemplazo natural (muy alta por cierto) o de ser sustituidos por máquinas. ¿Por qué tenemos tanto miedo?, ¿de dónde viene?

En su libro *Sapiens* (2011), Yuval Noah Harari nos da una pista. Según el historiador y filósofo israelí, el éxito de una especie se da por el número de copias que tiene. En ese sentido, el trigo y los insectos son quienes salen vencedores, no los humanos. No obstante, los sapiens dominamos la Tierra, no por nuestra población —aunque siete mil millones son una cifra considerable—, sino porque somos capaces de sobrevivir contando historias. Nuestro talento está en convencer a otros con un fin, sea real o imaginario.

Con esa idea en mente apelo a tu curiosidad de sapiens para reconocer la historia que nos cuentan, vía tuits o posteos en Instagram, personajes como Elon Musk, Jeff Bezos y Richard Branson, en forma de aventuras. En medio de exploraciones a Marte, desarrollo increíble de inteligencia artificial y viajes a la órbita, poco a poco estamos migrando del constructo imaginario sobre la vida eterna después de la muerte, a la plausible esperanza de alargar la vida transformados en *cyborgs*, o de preservar la vida en criocápsulas para resucitar, ya sea en la Tierra o en el espacio (sí, todavía suena a ciencia ficción, pero no parece imposible).

La contraparte de esta incipiente historia de inmortalidad tiene un tejido muy fino, pero altamente violento. De nuevo, Harari. El historiador lanza en *21 lecciones para el siglo XXI* (2018) una preocupación, casi una aler-

ta, acerca del tema del impacto en la tecnología sobre la vida humana y nuestro futuro como especie, preocupación que algunos prefieren ignorar o calificarla de extremista.

Si somos capaces de crear algoritmos que nos resuelvan cada decisión y podemos decodificar el ADN para evitar enfermedades futuras, estamos obligados a plantear preguntas incómodas (esas que fluyen como ríos subterráneos en la conciencia) como las que hace Harari. Me pregunto: si los súper sapiens de los países desarrollados logran librar la muerte —o preservar la vida de la forma que sea—, ¿para qué necesitamos reproducirnos de forma natural si no requerimos reemplazos como especie?

UNA NOTICIA FECUNDA

En mayo de 2021, la revista *The Economist* publicó una gráfica reveladora que hacía referencia a la evidente disminución en la concentración de espermatozoides en varones de países ricos, principalmente a causa de la contaminación.

La noticia fue replicada en los principales medios europeos, incluyendo la *BBC* británica y el *ABC* de España. Lo interesante de este flujo mediático es que Hagai Levine, de la Universidad de Jerusalén, junto con otros seis investigadores más, publicó el citado estudio en mayo de 2017, en la revista *Human Reproduction Update*, de la Universidad de Oxford, Reino Unido.

De acuerdo con la *BBC*, el estudio de Levine y sus colegas causó una fuerte polémica entre otros científicos



¿Por qué coinciden geográficamente tantos países europeos con baja fecundidad?

de la talla de Allan Pacey, académico de la Unidad de Medicina Reproductiva de la Universidad de Sheffield, Reino Unido. Pacey consideró que el estudio tenía fallas metodológicas y resultaba exagerado, dado que se enfocaba únicamente en países occidentales y ricos en Norteamérica y Europa, así como en Australia y Nueva Zelanda —en América del Sur, Asia y África no se hallaron disminuciones significativas.

Count Down (2021), de la doctora Shanna Swan y la periodista Stacey Colina, no es solo un libro científico, sino que es un gran relato que muestra cómo nuestro estilo de vida, saturado de químicos tóxicos y hormonas, impacta en la fertilidad y en la sexualidad de las personas: “La baja fertilidad humana se debe a disruptores del sistema endocrino por la alta concentración de químicos derivados de plásticos, aparatos electrónicos, comida, empaques, pesticidas y productos cosméticos”. A considerar.

Dado que la fertilidad es un asunto cuando se trata de planear la concepción, Swan recomienda a las mujeres congelar sus óvulos cuando se encuentren en sus 20, como si se tratara de un seguro; a los hombres jóvenes les sugiere realizarse un conteo de espermatozoides para comprobar su fertilidad y, en caso de algún problema, pensar en una corrección temprana.

¿Qué resulta preocupante en este relato? ¿Que las parejas de países desarrollados no puedan procrear en el futuro a causa de la contaminación o las soluciones planteadas? ¿Nos debe extrañar que la congelación de espermatozoides, óvulos y embriones sea una de las prácticas más habituales en los países desarrollados y un mejor negocio que la adopción por las implicaciones legales?

Las autoras hacen hincapié en la infertilidad masculina y señalan que, si esta tendencia continúa, la fertilización *in vitro* y otras técnicas de reproducción asistida pueden convertirse en algo común para poder concebir a un/a hijo/a.



SOBRE EL CUENTO DE LA CRIADA Y OTRAS PREOCUPACIONES

En el mundo distópico de *El cuento de la criada*, la escritora Margaret Atwood expone la vulnerable posición de las mujeres ante el derecho de procrear en un contexto tóxico, liderado por un sistema masculino opresor, conservador y totalitario.

La mujer fértil se convierte en un bien explotable y carente de elección personal, su vientre está al servicio de un estado, cuya bandera es la continuidad de la especie. No se cuestiona la fertilidad masculina ni se castiga al varón poderoso. El estado premia a los hijos de Jacob con una criada a la cual preñar. Este planteamiento puede parecernos lejano, digno de un maratón de fin de semana viendo la serie homónima de Atwood con la increíble Elisabeth Moss, pero empieza a sentirse cada vez menos ficción.

Además, la fertilidad masculina sigue como un tabú y nos queda mucho por aprender para lidiar con ella, dados los factores psicológicos que desencadena. De acuerdo con la Encuesta Merck: los Hombres y la Fertilidad, más del 30 % de los mil hombres participantes (de entre 18 y 45 años) consideraba a la mujer como causa de la infertilidad, pero la esterilidad masculina está asociada a más del 50 % de los casos de infertilidad conyugal; en el 30 % de los casos, el



¿Cómo se relaciona esta aparente tendencia del bajo conteo de espermatozoides en los países desarrollados con las aspiraciones de vida de los individuos?

hombre es el único responsable y en el 20 % restante está combinado con un factor femenino.

Otro hallazgo importante de la Encuesta Merck es que los hombres sienten un deseo mayor de tener hijos que las mujeres, pero están menos dispuestos a recurrir a otras técnicas de fecundación. Por último, y quizá lo más relevante: en caso de hacerlo, más del 60 % no está dispuesto a aceptar el semen de otro hombre como donante, lo que devela un fuerte prejuicio masculino.

PREOCUPACIÓN POR LOS QUÍMICOS

Aquí haremos un alto para expresar la preocupación de Atwood —y también la mía—. La tasa de natalidad de los países se mide por el número de hijos que tiene una mujer, no por la cantidad de hijos que puede engendrar un hombre. Por lo tanto, si aceptamos que los varones pueden, en un futuro, ser infértiles, ¿cuál es el papel de la mujer en ello?

Tal como señala la Dra. Marisa López-Teijón en su artículo sobre esterilidad y tóxicos ambientales en el *blog* del Institut Marquès de Barcelona (un famoso centro de fertilidad), “muchas sustancias químicas y materiales creados por el hombre en las últimas décadas nos han facilitado la vida: pesticidas, plásticos, pinturas, barnices, detergentes... pero la naturaleza no sabe metabolizarlos ni degradarlos y, además, en los animales y humanos se comportan como hormonas femeninas”.

López-Teijón, al igual que Swan, insiste en que las personas tenemos el derecho a saber lo que contienen los alimentos, los cosméticos y los productos que consumimos y si esto afecta la fertilidad no solo masculina, sino también femenina. Para Pacey, detractor de Levin y Swan, no hay una evidencia clara que explique la aparente disminución en la cantidad de espermatozoides. Sin embargo, médicos especialistas del Instituto Marquès reconocen que en España sí se asocia la baja fertilidad masculina con la exposición a químicos.



EL GRAN DILEMA: O PRODUCES O TE REPRODUCES

Llegamos a este punto y es necesario hacernos otras preguntas: ¿Cómo se relaciona esta aparente tendencia del bajo conteo de espermatozoides en los países desarrollados con las aspiraciones de vida de los individuos? ¿Es una alerta sobre otros asuntos como la migración, las oportunidades de vida y los derechos reproductivos? ¿Por qué coinciden geográficamente tantos países europeos con baja fecundidad?

En naciones con economías altas, la paternidad/maternidad se cruza con la etapa más productiva. Para las mujeres empoderadas implica un dilema: producen o se reproducen. Por lo menos en Europa, Estados Unidos y Nueva Zelanda es evidente que la autonomía y el autodesarrollo económico ganan en la decisión.

Para Albert Esteve, director del Centro de Estudios Demográficos de la Universidad Autónoma de Barcelona, la clave está en el tiempo y en la economía. “Cuando te emancipas y dejas la casa familiar, no tienes hijos inmediatamente. Empiezas una relación de pareja y hay un tiempo de prueba hasta

¿*In vitro* será el
constructo que regirá
la forma de procrear
y reproducirse en
el año 2050 o
en el 3000?

saber si es la ideal para ser el padre o madre de tus hijos”, explica.

La edad es otro factor. Según Esteve, el primer hijo de las mujeres europeas llega en promedio a los 29.1 años y, aunque los hombres pueden ser fértiles hasta una edad avanzada, la función eréctil y calidad en la movilidad se reduce después de los 40.

“Las parejas deciden retrasar el primer hijo hasta los 30 años, y si tienen la mala suerte de vivir en naciones de alto desempleo, no acaban de reunir las condiciones materiales que les ayuden a dar el paso para ser padres”, advierte Esteve. En cambio, en los países en vías de desarrollo, sin importar el contexto económico, las mujeres empiezan a concebir entre los 25 y 28 años y los hombres a los 30, lo que aumenta la tasa de natalidad.

Europa envejece y España es el país donde nacen menos niños. La migración parece un antídoto perfecto, como se ha señalado antes. A falta de hombres fértiles en Europa, hay mucho “material” en América, África y Asia, pero este antídoto “natural” parece chocar con ideas autoritarias.

Ante la ola de migrantes sirios y africanos a Europa en años recientes, Viktor Orbán, primer ministro de Hungría, hizo declaraciones xenófobas que alertaron a más de uno: “En Europa nacen cada vez menos niños. Para Occidente, la solución es la migración. Los húngaros pensamos diferente, no necesitamos cuadrar números, necesitamos niños húngaros”. Si este pensamiento se extiende hasta convertirse en una política de Estado, ya no estaríamos en Hungría, sino en la República de Gilead creada por Atwood.

EL TIC-TOC DEL RELOJ BIOLÓGICO

Imaginemos que nuestra inteligencia artificial encuentra la manera de procrear de forma asistida, *in vitro*, con más del 90 % de probabilidades de éxito. La promesa sería que los hijos de los súper sapiens pudieran congelar sus óvulos y espermias hasta la fecha conveniente para ser padres, digamos 15 o 20 años más

tarde, sin importar su edad u orientación sexual.

El siguiente paso sería contar con una *app* para crear, primero un *match* genético y posteriormente gestar un bebé por diseño, con ADN perfecto, libre de genes incómodos. ¿Último paso? Usar vientre de alquiler instalado en alguno de los países subdesarrollados. Se parece al mundo distópico de la novela de Aldous Huxley, *Un mundo feliz* (1932), o al entorno de la película *Gattaca: experimento genético* (1997), pero no, es una síntesis de la comunicación institucional de tres prestigiosas clínicas de reproducción asistida en el mundo.

Vivo en México, cuya tasa de natalidad es de 2.3 hijos por mujer, y me preocupan más las cuestiones éticas de los derechos reproductivos de las mujeres que la baja de espermias de los hombres en países poderosos. ¿Podrías imaginar otro posible relato sobre nuestro futuro? ¿*In vitro* será el constructo que regirá la forma de procrear y reproducirse en el año 2050 o en el 3000?

Quizás en ese asunto de las probabilidades de extinción, el inconsciente nos juega a favor y nos hace olvidar la única y absoluta certeza que tenemos: *Memento mori*, “morirás en algún momento”. Escrito así, casi al final de mi relato, suena tremendo, pero justo como he anotado antes, los sapiens tenemos algo a favor cuando se trata de historias: la imaginación y el olvido. o



Covid mecánico

La psicóloga Elena López García nos recuerda el importante rol de las tecnologías de la información en la actualidad y menciona que, a raíz de la pandemia del coronavirus, mientras el mundo “presencial” se detuvo, el digital se dinamizó y permitió que nuestros desempeños siguieran. Algo así no era posible hace 30, 50 o 100 años.

Sin embargo, estar confinado en casa provocó una exposición más extensa a las pantallas de los celulares y las computadoras, trayendo consigo grandes problemas que repercutirán en nuestras interacciones.

Esta caricatura pretende representar nuestra extrema exposición, forzada por el confinamiento durante la pandemia.



POR: **ALEJANDRO ESPINOZA VALADEZ**, ESTUDIA 4.º
SEMESTRE DE LA LICENCIATURA
EN CIENCIA POLÍTICA Y
GOBERNANZA, **UDEM**.



REBECA RENÉE JIMÉNEZ



Los museos y las galerías, a riesgo de sonar un poco cursi, son lugares mágicos en los que los espectadores conviven con las ideas, las experiencias y los sentimientos más privados de los artistas, pero, ¿te has preguntado cómo es que llegan las obras a estos recintos, ya sea temporal o permanentemente?

El trabajo tras bambalinas en la comunidad artística y la proyección de nuevos talentos es lo que quiere resaltar Rebeca Renée Jiménez Garza por medio de su agencia y su pódcast Artpodcast. La egresada de la Licenciatura en Arte y Cultura de la UDEM empezó a trabajar en el campo artístico desde muy joven, y tuvo la oportunidad de foguarse en el Museo Rufino Tamayo y en la Bienal de FEMSA. Esto le permitió conocer

y convivir con muchos artistas emergentes, quienes veían en ella a alguien en quien se podían apoyar.

“Muchos artistas necesitan de esta guía, sobre todo de una persona que ya conoce el medio y el sistema, y puede aconsejarles al mismo tiempo que les da una estrategia que les ayude a crecer su carrera”, explica la agente cultural.

ARTE EN LA RADIO

Rebeca señala que, en su experiencia, en el proceso de llevar el trabajo de los artistas al público en general, a veces se pierde la esencia de la obra. Así surgió Art-podcast en 2020, como un enlace entre los artistas, el medio y el público.



**INVITADA BRENDA GUTIÉRREZ
DE BGL PATRIMONIO**

En este programa, parte de Radio UDEM, Rebeca conversa con artistas sobre su trabajo para que la comunidad pueda conocer más sobre los creadores, sobre todo de los talentos emergentes; además, trata que sea una fuente de información para los artistas, entusiastas del arte y agentes culturales por igual.

“Por ser un foro de Radio UDEM, mi prioridad número uno es llegar a los estudiantes, quienes apenas están en su formación y que tienen muchas dudas de la vida profesional. Quiero resolver la pregunta de ‘¿y a qué te vas a dedicar si no eres artista?’, que mucha gente hace”, señala Rebeca. Al otro público al que quiere llegar es a la comunidad en general, a aquellas personas interesadas en el arte, pero que no saben cómo acercarse.



**PRODUCTORA Y CONDUCTORA
REBECA RENÉE JIMÉNEZ**

Artpodcast ha sido muy bien recibido por los artistas y el medio, un espacio que Rebeca describe a veces como un “circuito cerrado”. Desde que inició la agencia y el pódcast, ha visto que gestores, artistas y espacios culturales están más que dispuestos a acoger a las nuevas audiencias.

EL TAMAÑO DEL IMPACTO

El éxito del proyecto no se queda en Monterrey, sino que ha trascendido fronteras. Artpodcast es escuchado en ciudades como Guadalajara, Ciudad de México y Michoacán, pero también en países como Argentina, Alemania, Estados Unidos y España, entre otros.

Para Rebeca fue impresionante ver que su pódcast era escuchado en tantos lugares, pero el momento en el que realmente se dio cuenta del impacto fue en las exposiciones y galerías. A estas empezó a llegar gente que se había enterado del evento por medio de sus episodios. “Se me pone la piel chinita, ahí fue cuando pensé: ‘wow, las cosas sí están funcionando’”, comenta.

Rebeca busca que las personas entiendan que el arte es más que apreciar objetos bonitos. Para ella el arte puede ser una guía, una conversación que nunca acaba y que solo se transforma, el punto de partida para un viaje o la cura para diferentes males —en Bélgica, los doctores recetan visitas a museos para ayudar en la salud mental de sus pacientes.

“Mantener un interés en la cultura es enriquecedor, por tu crecimiento intelectual y por tu crecimiento personal, porque dentro del arte podemos resolver

dudas que guardemos. Nos ayuda a tener un momento de reflexión, nos permite abrir nuestra mente a otros paradigmas. Y ver propuestas del arte nos permite conocer el contexto del otro, y eso nos ayuda a sensibilizarnos y tener empatía dentro de nuestra propia comunidad”, menciona.

ARTE A PRUEBA DE PANDEMIA

La pandemia del coronavirus llegó a México justo cuando Artpodcast empezaba a despegar; no obstante, haciendo honor a la esencia creativa que distingue a Rebeca Renée y Radio UDEM, llegaron a una solución para seguir con el programa.

“Se nos ocurrió hacer programas especiales, episodios con artistas que nos enviaron una selección musical y algunas piezas de arte sonoro, ya sea de su propia autoría o de artistas que ellos tomaron como inspiración. Estos episodios fueron muy populares, por eso decidimos incluirlos en la segunda temporada”, detalla.

Todo ha pasado por algo: la ExaUDEM y sus compañeros del medio notaron que, al estar cerrados o limitado el aforo en cines, parques, restaurantes y lugares de fiesta, las galerías y otros espacios culturales empezaron a recibir más visitantes durante la pandemia... y Artpodcast estaba al servicio de la comunidad. o

“EL ARTE ES SANADOR,
ESPIRITUAL Y AYUDA
A ABRIR NUESTRA
MENTE Y A EJERCITAR
NUESTRA EMPATÍA CON
LOS ARTISTAS Y CON LA
COMUNIDAD”.

REDES SOCIALES ARTPODCAST
WWW.ARTPODCASTMX.COM
INSTAGRAM: ARTPODCASTMX



ESE INCOMPARABLE PROYECTO DE VIDA

¿QUÉ INFLUYE LA VIDA FAMILIAR? ¿CÓMO ALIMENTARLA? ESTE TEXTO CON MUCHAS PRÁCTICAS, PREGUNTAS E IDEAS NOS AYUDA A ENTENDER QUE, SÍ, LA VIDA EN FAMILIA ES MEJOR.



POR: OSVALDO REYES
MÉNDEZ, EXAUDEM DE LA
MAESTRIA EN DESARROLLO
ORGANIZACIONAL ('11),
UDEM.

Como todo entorno social, la familia experimenta inevitablemente retos y logros en función de sus costumbres y tradiciones, pero también de sus valores, experiencias y aprendizajes. Podríamos decir que son algunos de los componentes de su propia cultura.

Recuerdo, por ejemplo, la rutina diaria de la familia de un amigo. Al terminar la cena, su padre acostumbraba dar un paseo en compañía de alguno de sus hijos, aprovechando que la colonia residencial disponía de una calle que rodeaba un cerro y era poco transitada. En su caminata nocturna, padre e hijo/a recorrían

unas 15 manzanas durante 45 minutos para regresar al punto de partida y entrar de nuevo a la casa. Lo interesante era que:

La caminata servía para conversar e intercambiar sentimientos y emociones derivados de los asuntos, novedades y preocupaciones del día.

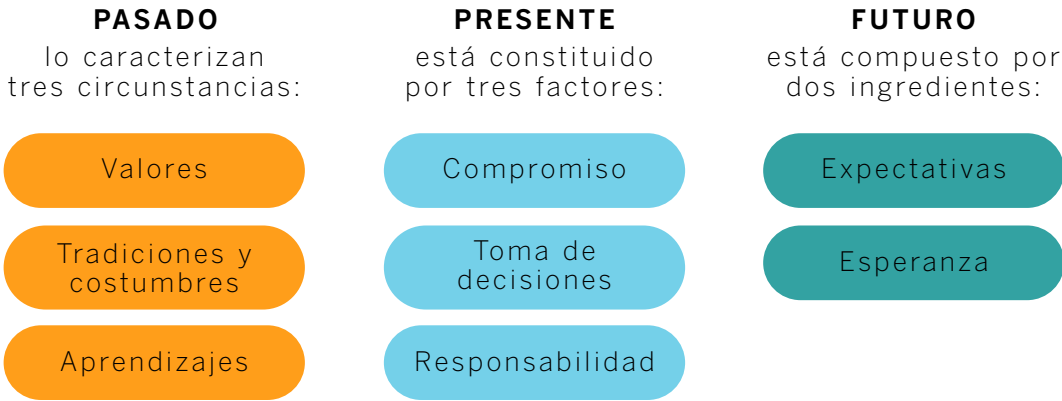
Era una especie de reunión-diálogo personal de carácter rotativo, pues el padre escogía a un hijo/a distinto a la vez. Si existían dudas, interés de ayudar o de conocer el avance de sus proyectos personales, esa caminata era la oportunidad de oro para ambos, de un encuentro productivo y valioso.

PASADO, PRESENTE Y FUTURO

Desde hace tres décadas me ha interesado el desarrollo organizacional y, en años recientes, la problemática sobre la familia. Me entusiasma descubrir que existe una “cultura familiar” con comportamientos, estilos de vida y formas de comunicarse y decidir, de la misma manera que en las organizaciones o empresas se habla de “cultura organizacional”.

Cada familia tiene una cultura propia y se comunica su estilo de vida en las relaciones humanas, en el modo de dialogar, decidir, actuar y enfrentar los retos del día a día, desde los asuntos menores y rutinarios, hasta las grandes cuestiones éticas sociales y morales.

La vida familiar está influida por tres dimensiones temporales: el pasado, el presente y el futuro —y su cultura es receptiva a esas dimensiones.



¿CÓMO IMPACTA EL PASADO Y EL PRESENTE A LA CULTURA FAMILIAR?

Retomo la caminata familiar del padre de mi amigo y pienso que es posible que lo que él vivió y aprendió de adolescente, lo replica como padre y abuelo, siempre y cuando dicha rutina le hubiese sido estimulante y provechosa. Las oportunidades para mejorar, resolver problemas y tomar decisiones son grandes, si estas rutinas se manejan con respeto, cordialidad y, sobre todo, son bien intencionadas.

Ahora bien, si estas prácticas se aprovechan para reforzar el compromiso y la responsabilidad de cada miembro de la familia, es de esperarse un entorno rico en momentos de satisfacción y entusiasmo en el presente familiar y, por supuesto, también en el futuro, pues los integrantes conectarán los momentos presentes con las expectativas creadas en términos de salud emocional, prosperidad y solidaridad.

En *Un hombre de familia* (2000), Jack Campbell, un abogado joven, vanidoso y millonario, enfrenta sorpresivamente un vistazo de cómo hubiera sido su vida de haberse casado con la novia que dejó por irse a estudiar a Londres. El resultado de dicha experiencia ficción es el descubrimiento de una visión de matrimonio y familia, a la que decide aspirar y canjear por su actual vida material exitosa, pero a la vez triste y vacía. Este proceso implicó revisar valores, tradiciones y aprendizajes para confrontarlos con sus expectativas, además de apostarle a la esperanza.

La moraleja de la película bien podría ser: “Existe un mejor futuro si, analizando el pasado, descubro lo equivocado del presente y lucho por el bien de la familia”. Muchos matrimonios actuales se encuentran muy acosados por tentaciones pasajeras que limitan su bienestar por la embestida del materialismo e individualismo. También ocurre porque no

lo perciben como un proyecto de vida: tristemente aceptan vivir sin esperanza o con expectativas de muy débil compromiso.

CUATRO PREGUNTAS, MUCHAS RESPUESTAS

Nunca antes, como ahora, hombres y mujeres se enfrentan a una ráfaga feroz y permanente de dificultades para seguir el camino del amor y la solidaridad en sus decisiones de pareja. Cultivar la confianza, la generosidad, el respeto y el diálogo se perciben

como tareas gigantescas y muchos matrimonios optan por el desánimo, la intolerancia y la ruptura como remedio. Esto impulsa una cultura familiar poco edificante que afecta la salud física, emocional y espiritual de los hijos.

Hace falta una visión tridimensional de sus vidas, para que sean capaces de proyectar su futuro con esperanza, pero también revisar el pasado y el presente, con sus valores, tradiciones, aprendizajes y nivel de compromiso y responsabilidad.

PROPONGO ANALIZAR 4 PREGUNTAS:

- 1

¿Considero importante examinar el pasado y el presente para proyectar un mejor futuro para mi familia?
- 2

¿Acepto vivir con esperanza para mi familia?
- 3

¿Cuáles experiencias y aprendizajes pasados puedo aprovechar para el presente y el futuro?
- 4

¿Qué decisiones debo tomar ahora que ya descubrí cómo aprovechar el pasado y el presente (rutinas, valores, responsabilidades, compromiso)?

La familia es ese incomparable proyecto de vida que tenemos, es la mejor inversión humana y espiritual y es también esa fuerza que nos impulsa a ser, dar y buscar lo mejor. o



TIEMPO + EVOLUCIÓN

■ Cómo pintar el tiempo? ¿Cómo darle color a la evolución? Con ayuda de un par de colonias.

El proyecto consta de tres partes: en la primera podemos observar la evolución: una niña que sostiene en sus manos una pequeña maceta de la que brotan hojas y una diminuta casa. Esto simboliza las colonias Rubén Jaramillo y San Pedro (ambas en Querétaro), que se convirtieron en grandes espacios urbanos. Los tonos azules representan el pasado, la tranquilidad y la protección.

En la parte central observamos el tiempo: un reloj antiguo que marca la división del presente y el pasado que los une.

Aquí los árboles tienen troncos fuertes y copas frondosas. En la última sección vemos más casas y representa el presente, el resultado de la suma de tiempo y evolución: dos colonias que crecieron con prosperidad a través del tiempo.

Este proyecto visual se encuentra en Querétaro y forma parte de #JuegaVive. Es una colaboración entre la diseñadora e ilustradora mexicana @mich.texturas y la ONU (a través de su oficina contra la Droga y el Delito). La obra contó también con el apoyo de @MexicoBienHecho y de @BlueWomenPinkMen. ○

Fuente: <https://www.instagram.com/mich.texturas/>

FOTOS: CORTESÍA @michtexturas





ESTAMOS PROGRAMADOS PARA CONTAMINAR EL MUNDO...

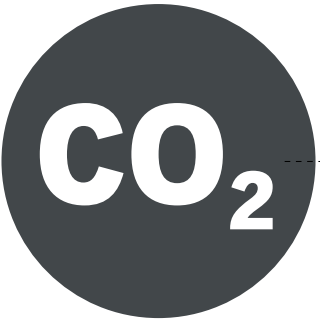
...pero todavía hay esperanza, por supuesto. En esta crónica de un día, contada en primera persona, dos alumnas de la UDEM nos explican cómo podemos hacerle para que nuestra huella de carbono sea menor (incluye mandar menos *mails*).

POR: **MARIANA PEÑA Y PATRICIA CANTÚ**. ESTUDIAN 8.º Y 10.º SEMESTRE DE INGENIERÍA EN INNOVACIÓN SUSTENTABLE Y ENERGÍA, **UDEM**.

LOS EDITORES DE 360° UDEM NOS INVITARON A UN EXPERIMENTO: UN DÍA SIN PRODUCIR EMISIONES DE CO₂. ¿QUÉ DIJIMOS NOSOTRAS? **THANK YOU, NEXT!**

Es imposible existir sin generar emisiones a la atmósfera: por naturaleza somos seres que contaminan. Llega la verdad incómoda: sí, nos estamos acabando el mundo. Al menos en México, solo el 5 % de la población ha integrado en su vida diaria el cuidado del medio ambiente, mientras que el 78 % de esta no le da ninguna importancia. Es alarmante nuestro nivel de insignificancia y falta de interés al mayor problema que enfrentamos (y enfrentaremos) como humanidad.

Todo el tiempo consumimos, por más que no queramos hacerlo. El problema no es el CO₂, sino precisamente eso: el consumismo. Ese es el verdadero enemigo. Hemos crecido buscando la comodidad y la conveniencia, por querer pagar menos y obtener un producto más rápido. ¿Dónde entra el CO₂ en esto? Básicamente en todo el proceso: este gas se emite al producir y manufacturar los productos que pedimos, y también en la transportación de estos a nuestras manos. Como puedes ver, las implicaciones son enormes.



Gases que, en exceso en la atmósfera, generan el calentamiento global y, por ende, variaciones en el clima.

¡Y hay más! Los problemas sociales, como la educación y la seguridad, van antes que el cuidado ambiental. A pesar de esto, aún hay esperanza. Como diría Paul Hawken en su libro *Drawdown* (2017): “Lo que cambia nuestras creencias son nuestras acciones”. Se requiere un cambio de comportamiento individual y tus acciones son más importantes de lo que crees.

Por lo mismo, queremos compartirte fragmentos de nuestro experimento (sí, lo hicimos). En cada decisión buscamos actuar desde la conciencia y esperamos que puedas ver lo fácil que es tomar acción ante esta catástrofe climática.

DESPERTAR

No suena el despertador. Simplemente me despierto. Ya sabes, el cuerpo humano tiene estas cosas extrañas llamadas ciclos circadianos, mejor conocidos como reloj biológico. Me aproximo al borde del colchón para ponerme las pantuflas y, de repente, *iring!* La pantalla del celular marca las 7:00 a.m. El sonido interrumpe la armonía mañanera y funciona como impulsor para ver los mensajes de WhatsApp que llegaron mientras dormía.

Finalmente, de pie, me acerco a la ventana para abrir las cortinas. Al no ver la montaña, sé que no es un buen día para salir al parque, los niveles de contaminación de la ciudad no lo permiten. Prendo el purificador de aire, un producto que, lamentablemente, es imprescindible por nuestra necesidad de respirar aire limpio.

BAÑO

Es momento de bañarme. Pongo una de mis canciones favoritas, *Jungle* de Tash Sultana; dura exactamente 5:15, quince segundos más de lo recomendado por la ONU para darte un duchazo promedio.

Ya en la regadera, tomo el champú sólido (o sea, en barra, como si fuera un jabón). El baño se impregna de deliciosos aromas de romero y lavanda. Aquí va la segunda recomendación: opta por productos naturales y libres de empaque.



Los puedes encontrar en:

- Mercado del Chorro
 - Mercado de Santiago
 - Mercado Barrio Antiguo
 - Mercadito Fundidora
 - Street Market
- Tiendas permanentes:
- Terra Refill y Bodega Cero

BRUNCH, COMIDAS Y CENAS

Una vez lista, bajo a desayunar y, de paso, planificar mis comidas del día. No comer carne es difícil cuando vives en Monterrey, pero hoy tuve que ponerlo en práctica. ¿Sabías que la industria de la carne es el segundo emisor de CO₂ a la atmósfera a nivel mundial?

Algunos restaurantes muy buenos y baratos con rica comida vegetariana y/o vegana en Monterrey son:

- Taller Vegánico
- Vegan Inc.
- Revolución Verde
- Casa Macro
- 13 Lunas
- Vegan Munch
- On Bun

¿Y para preparar en casa?

Te recomendamos estos sitios web y perfiles de Instagram (IG) de recetas para que experimentes desde tu casa:

- PickUpLimes
- The Korean Vegan
- Lo rico que como (IG)
- Nia foods (IG)
- Soul in the Kitchen (IG)

Vale la pena reducir el consumo de productos de origen animal por un tiempo:

No tienes que identificarte como vegetariano o vegana para comenzar. ¡Empieza con los *Meatless Mondays*! Reduce las porciones de carne y lácteos, o consume la carne como complemento y no como platillo principal.

Busca consumir más frutas, verduras y alternativas a la carne como el tofu, el hummus o la proteína en polvo. Esto ayudará a tu economía personal, ya que los productos de origen animal son lo que hacen más costoso un *ticket* promedio del súper.

También puedes preguntar por la opción vegetariana y/o vegana en tu restaurante favorito. Seguro tienen un par de platillos deliciosos.



Menos importados, imás compra local!

Pregúntate siempre, ¿qué hay disponible en este momento? Procura comprar productos de temporada. Al hacerlo, los consumes en su mejor punto de maduración, lo que significa más nutrientes y sabor. En un mundo utópico, comeríamos directo de nuestro huerto en casa, pero comprar en tu mercado cercano contribuye a la economía de familias mexicanas y se conservan las prácticas tradicionales. Asimismo, esto permite que nuestra huella de carbono sea menor —y le sale mejor a tu bolsillo.

Es enero y las fresas están en temporada, así como el jitomate, la zanahoria y la espinaca. ¡Ya lo tengo! De desayuno, un licuado de fresa con leche de almendras y para comer una sopa de verduras; en la cena, tal vez unas enchiladas.



A LO LARGO DEL DÍA

Estoy por comprar una blusa. ¿En SHEIN o Zara? Eso significa consumir ropa creada bajo condiciones de trabajo no dignas en algún país del sureste asiático. Demasiado CO₂ emitido solo por transportarlas. Todo esto me recuerda al *online shopping*, específicamente a Amazon, y cómo esta industria se disparó por la pandemia.



Antes de comprar algo

¿De dónde viene esto que quiero comprar? ¿Quién lo hizo? ¿Cuánto tiempo tardó en llegar a mis manos?

Al final opté por ir a una plaza cercana a mi casa, con otras tiendas. Para llegar, tuve que elegir entre transporte público, bici o carro. En México, el 80 % de las emisiones de CO₂ son emitidas por el transporte motorizado. La plaza me queda cerca, por lo que decido tomar mi bici. Antes de comprarla el verano pasado, por responsabilidad, leí el *Manual del Ciclista Urbano de la CDMX*, clave para circular en este caos regio de ciudad y salir viva de él.

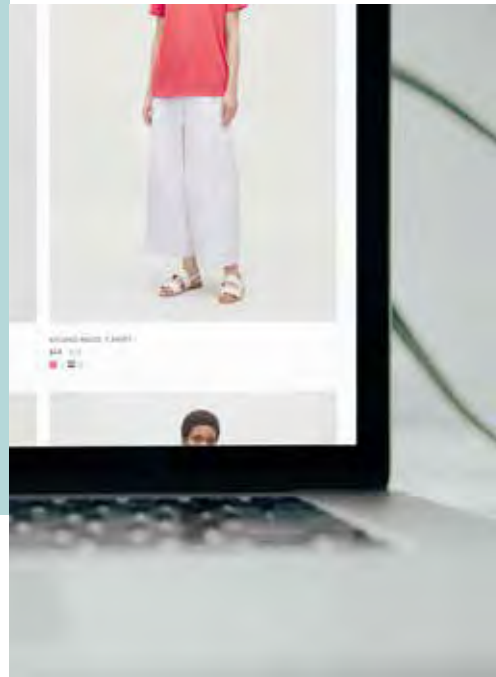
Llego cansada a la plaza por el pedaleo. Subir por el elevador sería la alternativa ideal, pero quiero reducir mi consumo de energía eléctrica; entonces, las escaleras. En el camino me topo con varias tiendas que venden cosas que necesito, pero ¿puedo esperar a que pase mi impulso de quererlo todo?

Regla 30/30

Los *podcasters* The Minimalists crearon esta regla que, por experiencia, es muy efectiva para no comprar de manera impulsiva: si algo cuesta más de 600 pesos, pregúntate si puedes vivir sin él por las siguientes 30 horas. Si su costo es mayor de mil pesos, son 30 días. Dependiendo del precio es el tiempo de espera... y así ves si en realidad lo necesitas.

El tener más, ino te va a hacer más!

Tómate un momento para enlistar tus 10 posesiones más caras. Luego haz otra lista de las 10 cosas que agregan más valor a tu vida. Probablemente las cosas de las listas no coinciden... y ahí está el *insight*.



Finalmente llego a la tienda. Elijo una blusa de Cuarto1890 (una pequeña *thrift shop*), la cual planeo cuidar y reparar cuando le pase algo. Termino mi compra y regreso a casa para conectarme a mi clase *online*. A varios de mis profesores les molesta, pero mantener la cámara apagada en Zoom ahorra grandes cantidades de CO₂. Comprobado.

Además, ¿sabías que cada *e-mail* que envías emite cuatro gramos de CO₂? Debemos ser selectivos con los correos que mandamos. También intento disminuir mi tiempo en pantalla —me permite disfrutar más a mi familia y amigos.

TIEMPO DE OCIO

Una vez terminados mis pendientes, es hora del ocio. Esta actividad es tan importante como dormir y nos sirve para relajarnos y disfrutar, para ser. Sin embargo, también podemos hacerla y emitir la menor cantidad de CO₂. Algunos documentales o películas que te recomiendo ver son:

- *Cowspiracy*
- *An Inconvenient Truth* y su secuela, *An Inconvenient Sequel*
- *The True Cost*
- *Seaspiracy*
- *Before the Flood*
- *The Promised Neverland*

PLANIFICANDO ANDO

Es necesario conectar con la naturaleza para entenderla. Después de la cena comienzo a organizar un *hike* para mi fin de semana. Es un buen método para sacar el estrés y las frustraciones de la semana.

Algunos cerros padrísimos para mi aventura son el Cerro Agujerado, La Huasteca, El Barro y, para más intensidad, El Cielito y Batea.

Cuentas en Instagram como [@Zonetraavel](#), [@hiking.mty](#) y [@lacumbrecotidiana](#) son buenas referencias para conocer más lugares mágicos.



ANTES DE DORMIR

Al finalizar el día, programo el termostato de mi cuarto a 24° C para que se apague media hora antes de despertar. Me preparo para dormir y decido leer el libro que no he soltado en todo el mes: *Sapiens* (2011). Lo tengo en versión digital en mi Kindle que conseguí de segunda mano en el Marketplace de Facebook.

CONCLUSIÓN

Llevar una vida donde generemos poco CO₂ no es fácil, pero lo más difícil es comenzar.

Estamos tan acostumbrados a nuestro estilo de vida que no nos atrevemos a otras alternativas. Conoce tu huella de carbono y actúa. Existen *apps* como Act Now y guías en las que podrás encontrar más acciones individuales y darles seguimiento a estas.

Si tienes las posibilidades, no te quedes en las acciones individuales y ve más allá. ¡Únete a algún colectivo o movimiento ambiental! En Monterrey existen varios, como Climate Reality, Fridays for Future, Por Un Mañana, entre muchos otros.

PARA FINALIZAR, TE DEJAMOS ESTA GRAN FRASE DE LA MÁS GRANDE JANE GODALL: “NO PODEMOS VIVIR UN SOLO DÍA SIN TENER UN IMPACTO EN EL MUNDO. LO QUE TÚ DECIDES HACER MARCA LA DIFERENCIA, Y DEBES DECIDIR QUÉ DIFERENCIA QUIERES HACER”.



UNA **TRAYECTORIA** QUE **INSPIRA:** **HORACIO GUAJARDO ELIZONDO**

POR: BRENDA MUÑOZ

“ESTAMOS ANTE UNA ÉPOCA EN LA QUE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO FINALMENTE SE FUNDEN”.

Horacio Guajardo Elizondo es una personalidad notable en disciplinas como Comunicación, Periodismo, Política, y también como líder de opinión. Parte de su trayectoria puede verse reflejada en la Universidad de Monterrey.

Nació en Monterrey, Nuevo León el 24 de septiembre de 1925. Su pasión de la infancia era el béisbol llanero que practicaba con sus amigos, quienes lo apodaban “El Capi”, y en el que jugaba la primera base. En 1951, recibió su título como Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de México, comenzó a ejercer como abogado postulante, fue periodista y se unió en matrimonio con Graciela Olvera, con quien tuvo a su hija Ana Cecilia. En 1954, comenzó a desempeñarse como profesor en instituciones como la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, la Universidad de Monterrey, la Universidad Iberoamericana y la Universidad Autónoma de Nuevo León.

En la UDEM, dio clases de Derecho, diseñó un plan de estudios como propuesta para la Licenciatura en Ciencias de la Información y, posteriormente, fue nombrado director de la carrera, puesto en donde se

mantuvo durante diez años. En la actualidad, Guajardo Elizondo está retirado de la cátedra, sin embargo, su presencia sigue vigente en la institución a través de la estación Radio UDEM, espacio en donde analiza la política del país.

Entre sus reconocimientos destacan: su “Labor de Investigación” por parte de la UAM en 1982, “Trayectoria en comunicación” otorgado por la UANL en 1992, el “Premio Pro Magistro Roberto Garza Sada” de la UDEM en 1999 y el reconocimiento nacional por su trayectoria profesional a cargo del CONEICC. Además, lleva su nombre la Medalla Horacio Guajardo, reconocimiento que otorga la UDEM a los licenciados en ciencias de la información y la comunicación (LCI, LCIC) pertenecientes a esta misma institución, que hayan sobresalido en la disciplina.

Su sentimiento nacionalista y mexicano lo atribuye a su formación temprana: escolar y familiar. Y su labor en la comunicación empezó cuando trabajó como cronista parlamentario para el periódico La Prensa, cubriendo las sesiones de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión; esta fue su manera de conciliar su interés por la política y la comunicación.



“EL PERIODISMO ES PARTE DE LA HISTORIA Y SE HA CONVERTIDO EN CONOCIMIENTO DE UNA AMPLIA PARTICIPACIÓN SOCIAL”.

EL PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN Y EL PERIODISMO EN LA ACTUALIDAD

En esta realidad donde imperan las redes sociales, y la información es basta y cambiante, Guajardo Elizondo considera que el profesional de la comunicación tiene una responsabilidad múltiple, pues debe ser versátil para poder adaptar la información a diferentes medios sin distorsionarla y asegurarse siempre de su veracidad.

Estas cualidades, entre otras, se desarrollan a través de las bases fundamentales para comunicar efectivamente que, en su experiencia, son: la base filosófica y la base literaria, ambas indispensables en los planes de estudio de las carreras de comunicación y periodismo porque forman al estudiante de manera muy específica. La filosofía le otorga la capacidad de trans-

mitir las ideas en diferentes etapas de la historia; y la literatura lo introduce a la comunicación política, en lo que consiste y sus características.

“Hoy en día todas las disciplinas tienen cada vez más presente el objetivo de comunicar”, comenta. “Por ejemplo, respecto al campo de la salud, a causa de la pandemia del COVID-19 se disparó la necesidad de informar sobre el tema. Estamos ante una época en la que comunicación y periodismo finalmente se funden. El periodismo es parte de la historia y se ha convertido en conocimiento de una amplia participación social”.

Para Guajardo Elizondo, el *mensaje* no solo es el acto de decir, sino transmitir verdaderamente nuestra intención al receptor, logrando así una comunicación satisfactoria.



POLÍTICA SOCIAL MEDIA: ¿QUÉ SIGUE?

La elección de Samuel García como Gobernador de Nuevo León marcó un precedente y una guía para las futuras campañas electorales en plataformas digitales. No es la primera vez que pasa, pero es peligroso para la vida democrática mexicana que sigamos el mismo camino.

POR: **JOSÉ FREDMAN MENDOZA IBARRA**. PROFESOR, DEPARTAMENTO DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES, **UDEM**.

Política es realidad e imaginación. Es aquella bisagra vinculante entre lo que está y lo que no aparece en ningún lugar y que se nos presenta como utopía. Bajo ese principio, el político y escritor Enrique González Pedrero expone en su libro *La cuerda floja* (1982) una pregunta rectora para cualquier análisis sobre la vida política en México: “¿Cuándo aprenderemos por fin, sin trampas, a insertar el sueño en la realidad?”.

¿De qué sueño habla González Pedrero? ¿A qué se refiere? La respuesta podría ser sencilla: el sueño es de un México mejor, donde los altos índices de po-

breza disminuyan —junto con los de la desigualdad—, donde la corrupción se castigue y donde la seguridad y el acceso a la justicia para todos y todas, sin excepción, se torne asequible y se convierta en realidad.

Semejante escenario resulta lejano; empero, no imposible. Sin embargo, otra manera, aunque más compleja, de dar respuesta a la pregunta esbozada radica en esclarecer quiénes son los actores involucrados en el mejoramiento de la realidad política en el país y cuáles son sus estrategias para ello.

¿Qué pasó en la elección pasada a la gubernatura de Nuevo León? La elección de un candidato joven, con estrategias disruptivas en redes sociales y a través

de un partido político relativamente nuevo, ¿abonó a la consolidación del régimen democrático?

Primero, el análisis centrado en los actores nos brinda las bases para entender la realidad, según lo establecido por Aníbal Pérez-Liñán y Scott Mainwaring en su libro *Democracias y dictaduras en América Latina* (2020): “Son los actores decididos a defender sus intereses, y no las estructuras ni las culturas, aquellos que determinan el destino de los regímenes”. Es decir, son los actores (entendidos como partidos políticos, sindicatos, presidentes/as, gobernadores/as, acaldes/sas, movimientos sociales) quienes, bajo sus preferencias normativas y práctica política, dibujan el camino hacia la consolidación democrática o, en su defecto, trazan el camino hacia la demagogia y la baja calidad democrática.

Segundo, las estrategias que esbozan determinan actores para insertarse en el juego democrático suponen un valioso recurso que estos utilizan para su conveniencia. Cabría mencionar que las estrategias más utilizadas por los actores dentro de la política, y evidentemente más visibles por la comunidad en general, son el manejo de redes sociales para la formación de opinión pública y preferencias político-electorales.

Tercero, de acuerdo con Alejandro Moreno en su libro *El cambio electoral* (2018), en México vivimos

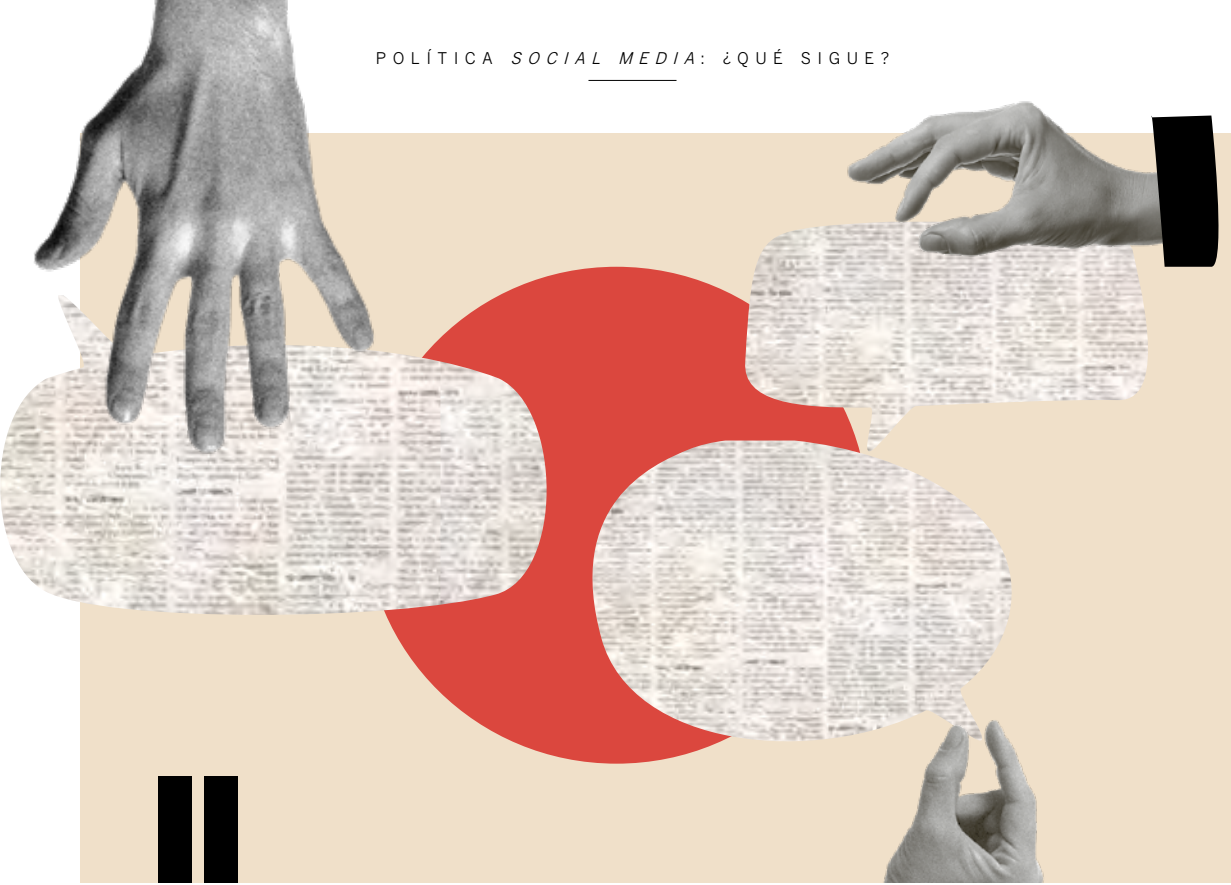
recientemente un proceso de elecciones que versa sobre tres características: se presenta una creciente despartidización (los partidos están debilitados y la ciudadanía ya no se acerca a ellos); se identifica una creciente ideologización (la ciudadanía y diversos actores se van hacia los extremos y, en consecuencia, la arena política se polariza) y se reconoce que el electorado mexicano cada vez se encuentra más “internetizado” (utiliza las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter para informarse de política, forjar preferencias político-electorales y participar activamente en la política).

Ahora bien, lo sucedido en Nuevo León ofrece marcos analíticos importantes basados en los actores y sus estrategias de comunicación. Resulta semejante, aunque con sus matices, a lo sucedido en 2015: las redes sociales, más que las instituciones políticas como los partidos tradicionales y “fuertes”, marcaron la pauta.

En aquel año, Jaime Rodríguez Calderón, candidato independiente, derrotó a los partidos tradicionales (PAN y PRI) en la carrera por la gubernatura; y en 2021 Samuel García y el partido Movimiento Ciudadano hicieron lo propio al derrotar electoralmente al PAN, PRI y a Morena. En 2015, Facebook era el rey; en 2021, Instagram llevaba la corona.

BLA BLA BLA BLA BLA BLA BLA BLA BLA BLA

LAS ELECCIONES BAJO UN AMBIENTE DE POLARIZACIÓN NO HAN FORZADO A LAS Y LOS CANDIDATOS A REFLEJAR QUÉ TIPO DE POLÍTICAS PÚBLICAS BASADAS EN LA RAZÓN Y LA TÉCNICA PUEDEN RESULTAR UNA VEZ QUE HAN SIDO ELECTOS.



¿Esto consolida la democracia? La respuesta es no. Ha sido comprobado que cuando los/as políticos/as son más proclives a compartir contenido disruptivo en redes sociales, atraen a más cantidad de personas y los medios de comunicación encuentran la coyuntura perfecta para darles mayor cobertura, pues es más rentable (Moreno *dixit*). Además, las redes sociales son capaces de alcanzar una suerte de “cámara de eco” que supone una mayor polarización y sesgan la opinión y preferencias político-electorales debido a que consumen solo lo que ideológicamente les favorece.

Por lo tanto, las elecciones bajo un ambiente de polarización no han forzado a las y los candidatos a reflejar qué tipo de políticas públicas basadas en la razón y la técnica pueden resultar una vez que han sido electos/as, según lo expuesto por los profesores Christopher Achen y Larry Bartels en su excelentísimo libro *Democracy for Realists* (2016). En síntesis,

aquella pregunta sobre cómo incorporar a la realidad democrática en Nuevo León los sueños y posibles formas distintas del quehacer gubernamental y de comportamiento democráticos de los diversos actores políticos, se ve opacada por la dinámica de las redes sociales. “Los electores parecen buscar información menos centrista y más radical o polarizada”. Así lo establece Alejandro Moreno.

Los generadores de contenido brindan un nuevo tipo de festín político para los consumidores de redes sociales: memes con alto contenido populista, extremista y radical, pero con bajo contenido de cultura política.

Es preciso destacar que, si bien es cierto que la participación e involucramiento en la política ha aumentado debido al acceso a la información, esta información sigue presentándose imperfecta, como lo señala Anthony Downs en su teoría económica de la democracia. No olvidemos que, en política, las apariencias son engañosas. ○

PASEO DE LA MUJER MEXICANA

REESCRIBIR LA HISTORIA

POR: **DANIELA MARTÍNEZ BÁEZ**, EXAUDEM DE LA LICENCIATURA EN PSICOPEDAGOGÍA ('18), **UDEM**.

Con 15 años de investigación y 10 de rendir homenajes, Paseo de la Mujer Mexicana se ha dado a la crucial tarea de difundir y celebrar la vida de diferentes mujeres que han dejado huella en nuestro país. Su visión y misión están orientadas a fomentar el respeto por la mujer y el reconocimiento de su aportación al desarrollo de México, a difundir la cultura de la igualdad de género y a promover la cultura de respeto entre todas las personas. Estos ejes son los que caracterizan la labor de esta organización, que se ha encargado

de recordarnos la importancia de voltear hacia la historia y ver más allá de lo que nos han enseñado. En 2005, la Fundación México Monterrey 2010 A.C. convocó a un concurso de arquitectura y paisajismo con el fin de integrar al Parque Fundidora un espacio para dignificar la vida e impacto de las mujeres que definieron el rumbo de nuestro país en diferentes ámbitos. Un año después se eligió el proyecto ganador, que desde entonces alberga los relatos de cientos de mujeres que la historia no ha sabido reconocer.

¿DÓNDE?

Parque Fundidora, a un costado del Mirador Los Hornos y el Horno Alto 1.



El espacio, diseñado por la arquitecta Susana García Fuentes, articula jardines, un puente de cristal, agua, flores y, próximamente, una estatua. En conjunto, estos elementos manifiestan de forma artística la búsqueda del cambio de actitud en la sociedad mexicana hacia la mujer. Anualmente, en este jardín se develan estelas de cristal que brindan homenaje a mujeres de distintos entornos.

Desde artistas y escritoras hasta científicas y docentes, Paseo de la Mujer Mexicana ha procurado recopilar estas biografías para su difusión y debido reconocimiento. Algunas de las áreas en las que la organización ha homenajeado a mujeres distinguidas son: poesía, enfermería, política, la defensa de los derechos humanos, prensa escrita, ciencias formales, independentistas y revolucionarias, entre otras. Hasta ahora, han brindado homenaje a 511 mujeres, de las cuales 69 son extranjeras con trayectoria en México y 442 son mexicanas de nacimiento; de estas, 46 son originarias de Nuevo León. Algunos ejemplos destacables son la escritora jalisciense Guadalupe Dueñas (1920-2002), la pianista hidalguense María Teresa Ro-

dríguez y Rodríguez (1923-2013) y la periodista mexicana Adelina Zendejas (1909-1993).

Los criterios de selección de quienes son homenajeadas buscan que las mujeres elegidas hayan conllevado al mejoramiento de su comunidad. Se trata de mexicanas de nacimiento o extranjeras con trayectoria en México, cuyo trabajo haya contribuido al área en la que se desarrollaron. Cabe agregar que todas las homenajeadas ya han fallecido. En general, se busca que la selección refleje un modelo positivo a seguir para las generaciones que vienen.

La importancia del trabajo que realiza Paseo de la Mujer Mexicana no debe subestimarse. No es casual que su labor sea necesaria. Existe un problema estructural que se deriva en la invisibilización sistemática de las mujeres que desde todos los frentes han construido nuestro país. Ante esta situación, traer su vida y obra a la luz es fundamental en el camino a la erradicación de la violencia de género. No hay que pasar por alto que la violencia también es borrarlos de la historia; por eso, es necesario reescribirla e inscribirnos en ella. o

MANIFIESTO 360°

LOS CINCO FACTORES QUE PUEDES IMPLEMENTAR PARA HACER TU VIDA MÁS CREATIVA



Ilustraciones: Verónica Cardona López

Mucho se ha dicho sobre la creatividad. Sus secretos, sus orígenes, qué la motiva... y, sobre todo, cómo dispararla en nuestras mentes para optimizar los quehaceres diarios y extraordinarios (sea un documento de Excel, un cuento, un drible para esquivar al defensa contrario y chutar a gol).

Este Manifiesto 360° lo dedicamos a aquello que muchos presumimos tener, *peero* que a veces no aparece en el momento in-

dicado. “Nos falta inspiración”, decimos frente a la guitarra para crear una canción nueva. No necesariamente: lo que en realidad nos falta es un régimen.

Quién mejor que John Cleese (comediante, actor, inspiración de tantas y tantos) para compartirnos un poco de sabiduría, a través de su prodigiosa combinación de conocimiento cultural y genio cómico, y recetarnos el método para explotar el fogonazo de la creatividad. Va así:

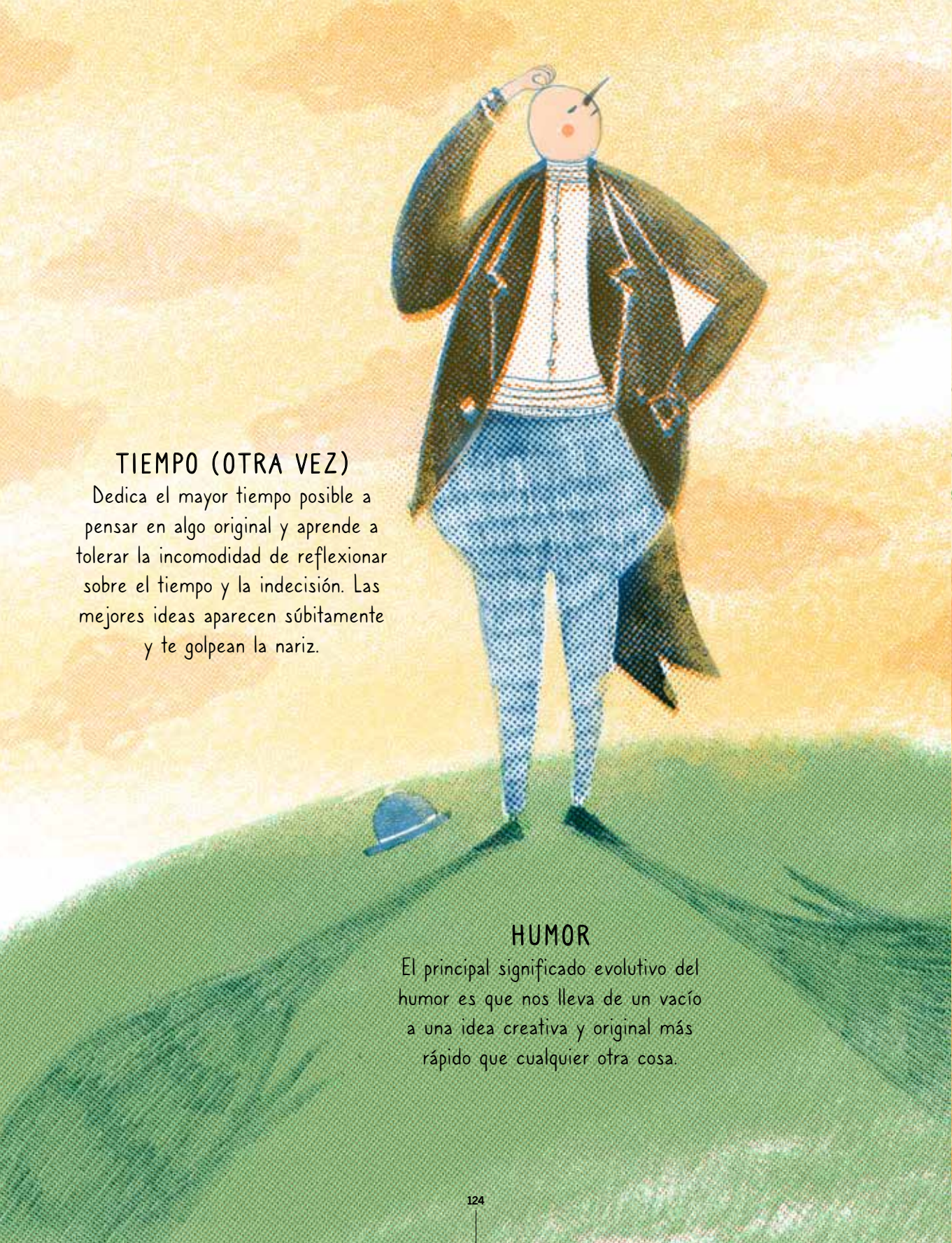


ESPACIO

No puedes ser juguetón/a y, por ende, creativo/a, si estás bajo presiones habituales (como un *deadline*, la ansiedad matutina, la preocupación de pagar la renta o la amargura por haberte peleado con tu novio/a).

TIEMPO

No es suficiente tener espacio: tienes que crearlo durante un periodo específico. Sugerimos darte un par de horas al día o a la semana.



TIEMPO (OTRA VEZ)

Dedica el mayor tiempo posible a pensar en algo original y aprende a tolerar la incomodidad de reflexionar sobre el tiempo y la indecisión. Las mejores ideas aparecen súbitamente y te golpean la nariz.

HUMOR

El principal significado evolutivo del humor es que nos lleva de un vacío a una idea creativa y original más rápido que cualquier otra cosa.



CONFIANZA

Nada te impedirá ser creativo/a con tanta eficacia como el miedo a cometer un error. Repítelo en voz alta:

“ME DEBO PERMITIR LOS ERRORES”.

APLICA ESTOS FACTORES EN
TU VIDA Y VERÁS UNA MEJORA
EN TUS PROCESOS. CRÉENOS.

Y NO OLVIDES QUE...

LA CREATIVIDAD NO ES UN TALENTO.

ES UNA MANERA DE OPERAR.



FILL IN THE BLANK

Imagina que pudieras reparar el daño
que le hiciste a alguien.

¿Qué le dirías? ¿A quién se lo dirías?



COMPARTE
TUS RESPUESTAS

  @360udem



PREPARATORIA POLITÉCNICA
UN PROGRAMA DE LA UNIVERSIDAD DE MONTERREY

Impulsar sus
estudios **es una
misión de todos**



Apoya
aquí:

donativos.ppsc.edu.mx



INSPIRANDO TU MEJOR VERSIÓN

prepa
udem

Construir tu futuro hoy,
INSPIRA

Conoce nuestra oferta educativa:

- Bachillerato Internacional
- Bachillerato Multicultural
- Bachillerato Bicultural



Escanea para
obtener más
información



@prepaudem

/Prepaudem

@prepaudem

prepa.udem.edu.mx

amores verdes

Somos adictos a las mascotas sin pelos. Los compañeros verdes en nuestras casas se convirtieron en una tendencia que mueve pasiones, por lo que es momento de aceptar el amor enverdecido y darle rienda suelta a más y más y más macetitas.

POR: CAMILA GONZÁLEZ FONNEGRA

Jairo se iba de viaje y su mejor amiga se quedaría de niñera de Úrsula. ¿Cómo no hacerle el favor de cuidarla por un mes? Era mucha responsabilidad, es cierto, pero por los amigos uno hace lo que sea, ¿cómo no! Al despertar, ella veía cómo había amanecido Úrsula y cada tanto le daba reportes a Jairo sobre su evolución y adaptación a la nueva casa. Unas tardes, llegaba corriendo pensando en la sed de Úrsula o preocupada porque últimamente se veía cabisbaja, quizás por la falta de Jairo. Lo cierto es que, al final del mes, Úrsula estaba más brillante y alegre que nunca, ¡y hasta había crecido!

Úrsula es una hermosa *sansevieria* enana, de hojas coriáceas y largas vetas, mejor conocida como “lengua de suegra”, que habita una maceta blanca de cerámica con forma de buda. Una de las millones de plantas que hoy albergan los departamentos de *centennials* y *millennials* urbanos en distintos países y que forman parte del *boom* de los jóvenes *plantlovers*, la nueva tendencia de fascinación verde que atrae a los chicos y, a diversos niveles, aporta sentido a sus rutinas de concreto y a sus inciertas vidas pospandémicas.

Diversas esquinas, ventanas, mesas y repisas de sus departamentos están decoradas con “Úrsulas”, *monsteras* deliciosas (las de los lunares), cactus exóticos, *euphosbias*, *caladiums* rojas y suculentas gorditas. ¿Búsqueda de compañía para la solitaria cuarentena? ¿Un ser vivo a quien cuidar que solo toma agua y no hace popó? ¿Señales de activismo verde y aporte al cambio climático? ¿Temas en común para platicar con la abuela? ¿Genuino amor por las hojas y los tallos?

Una locura por las plantas que puede ser reacción al estilo de vida urbano y confinado, de habitar espacios pequeños, a veces diminutos, por lo general compartidos y sin jardín. Filodendros, helechos, orejas de elefante y palos de Brasil enverdecen el escenario enmarcado por cuatro muros de cemento, el ruido y la contaminación citadina. Los más aficionados arman su huerto de albahaca, manzanilla,

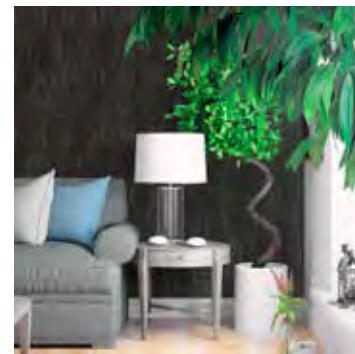
hierbabuena y cilantro, y los bohemios procuran con mucha devoción y orgullo sus cultivos recreativos.

La ilusión de inventar mini bosques y jardines en pocos metros cuadrados, evadiendo baldosas y pisos de madera, también tiene que ver con paradigmas estéticos. Habla del interés por el diseño de interiores, por decorar y crear espacios agradables. Felipe, de 21 años, comenta: “Me interesé en tener una planta cuando cuidaba las de mis vecinos y sentía que su departamento parecía mucho más vivo y fresco que el mío. Mi habitación estaba muerta y estéril sin vida vegetal. Ahora les tengo mucho cariño a mis plantas, me hacen sentir menos solo. Las cuido en los *breaks* de las monótonas conferencias en línea”.

Adoptar plantas de interior, además, contrasta el agite de la era digital. Regala algo de calma y sosiego en medio de pantallas y más pantallas, íconos, *chats*, aplicaciones, videos tontos, muros y *likes*. Resulta una opción para escapar la mirada de la insaciable virtualidad. “Estar al pendiente de tus plantas te ayuda a descansar de la tecnología, es un respiro en el estrés constante de tener que estar disponible para las notificaciones y redes sociales”, comenta Lucía, de 20 años, que no conoció el mundo sin internet.

“Somos demasiado pobres para tener mascotas. Yo tengo 84 plantas para que se vea bonito; además, nuestra generación es un poco más consciente ecológicamente”, confiesa Jairo (22 años).





Puede ser una reacción al estilo de vida urbano y confinado, de habitar espacios pequeños y sin jardín. Helechos, orejas de elefante y palos de Brasil enverdecen los cuatro muros de cemento.

Unas bonitas aloe vera, cintas, ginuras y potus prolongan la sensación de bienestar que persiguen los *healthiers* y buscadores espirituales a través del senderismo, el consumo de alimentos vegetarianos u orgánicos, el gimnasio, el té verde, el yoga y la meditación. Para mayor felicidad, muchos las ubican estratégicamente de acuerdo con el Feng Shui.

Según Marcos (23 años), “cuando me mudé, todos se burlaban de mí porque dormía en un colchón inflable, no tenía nada y no dejaba de comprar plantas. La verdad, tener seres vivos para cuidar me tranquilizaba”.



MEJOR UNA MACETA QUE UN NIÑO

“Yo siento que, para mi generación, una planta es como un hijo, requiere menos compromiso que una mascota, pero igual depende de uno. Es como el primer paso de un compromiso, hay que cuidarlas, se enferman, crecen...”, dice Helena (26 años).

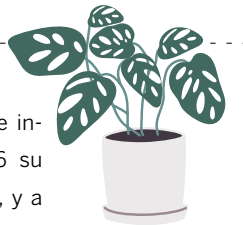
Muchos de quienes tienen entre 20 y 30 años están postergando etapas, como la de tener una familia —o de plano deciden no tener hijos—, en parte por asuntos económicos o por mantener un estilo de vida libre entre viajes y fiestas. Y ahí encaja perfecto la independencia de las plantas.

Ser un *plant parent* consiste en dedicarle amor, tiempo y energía al cuidado de las plantas, ya sea que se tenga una hija única, un huerto o todo un jardín, al punto de bautizarlas, platicarles y establecer un vínculo poco exigente (riego semanal o quincenal, y de vez en cuando un fertilizante).

“Queremos tener a alguien o algo a quien cuidar, y si sale bien y la planta se pone bonita, está bien... si no sale bien, no es tan grave o trágico como si fuera un gato o un niño. Las plantas te atan, pero de una forma más libre, no te impiden la movilidad como las mascotas”, comparte Nana (22 años).

Una encuesta de la consultora inglesa OnePoll reveló que las personas entre 20 y 35 años piensan que sus plantas son mucho más importantes que cualquier otra ocupación de responsabilidad. Siete de cada 10 jóvenes se consideran a ellos mismos *plant parents* y asumen que es mucho mejor “criar” plantas antes que traer al mundo nuevos seres humanos, principalmente en medio del panorama que se vive en la actualidad.

“A los jóvenes nos atraen las plantas porque no sabemos lo que traerá el futuro”, enfatiza José Miguel (23 años).



Es tal el *boom* de las plantas de interior, que Amazon lanzó en 2016 su propia tienda de semillas y plantas, y a partir de ahí han surgido diversas tiendas *online* como Patch y The Sill. Hoy existen muchas *plant boutiques* y pequeñas tiendas como Plant Shop, en Monterrey, y Vainilla Lola, en la Ciudad de México. Para Sandra, dueña de esta última, “el auge se debe a la pandemia: los jóvenes de repente tuvieron que pasar mucho tiempo en sus casas y se dieron cuenta de que no estaban tan acogedoras. Las plantas y macetas han sido una solución”.

Según el National Gardening Report, hoy los jóvenes de 18 a 34 años en Estados Unidos ocupan el 29 %

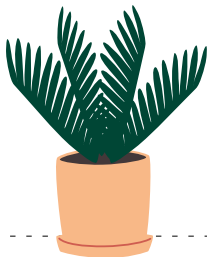
de todos los hogares que practican la jardinería y, de los seis millones de nuevos aficionados a las plantas que han surgido en los últimos años, cinco millones no rebasan los 35 años.



Pacho (20 años) señala: “Siento que la relación entre nuestra era digital y el adueñamiento de plantas viene del hecho de que uno pasa más tiempo dentro de su casa, entonces prefiere tener algún tipo de organismo en esta para mantenerle compañía mientras uno cumple sus obligaciones modernas”.

Cuenta Alejandra (21 años) que “normalmente cuando estoy triste, prefiero quedarme en mi cama y dejar cerradas las cortinas, pero ellas necesitan sol, entonces me paro y me ayuda a ser más productiva, me ayuda a mí misma, a mi bienestar emocional”.

Para Silvana (22 años), es un asunto de moda, decoración y estilo de vida *vintage*, *naturista* o *hippie*. “Para tener algo que hacer, darle una razón al ocio (para los que viven solos) y llevar un pedazo de naturaleza a nuestras casas”.



Tiene que ver con el *cottagecore*, un esteticismo en internet que evoca oficios y habilidades tradicionales.

SIN REDES SOCIALES NO HAY PLANTAS

Como sea, no basta solamente con tener un lindo espacio decorado con suculentas, *soleirolia* y teléfonos, el cuento es mostrarlos.

“Y me vino un amor fulminante y quise tener mis plantas, cuidar de ellas y, obvio, sacarles fotos y subirlas”, confiesa Eduardo (24 años).

Plantas exóticas, frondosas, zen, carnosas y fotogénicas nutren historias, muros y perfiles. Y en plataformas especiales se reúnen amantes y fanáticos para inspirarse, aconsejarse, compartir secretos sobre ellas, hacer alianzas e intercambios entre coleccionistas de especies originales, exhibirlas y emprender negocios.

En Instagram, por ejemplo, las plantas tienen papeles protagónicos. *Hashtags* como #plantmama, #plantdad, #plantsmakepeoplehappy, #urbanjungle y #plantlovers son tendencia. Por ejemplo, #plantsofinstagram acumula más de 12 millones de publicaciones. Un entusiasmo que lideran los *Plantfluencers*, verdaderas estrellas virales: @thejungalow tiene más de millón y medio de seguidores; @Boyswithplants, 247 mil; @blackgirlswithgardens, 183 mil; @apartmentbotanists, 45 mil, por mencionar algunos.

En Reddit y Facebook hay enormes cantidades de foros sobre el cuidado y la fotografía de plantas de interior, y grupos específicos como el del cuidado de la higuera de hoja de violín o de la monstera. Con estas protagonistas verdes, Brooke Trantor y Erin McDonnell tienen en YouTube su *stand up comedy* Botanical Baes. Hay varias *apps*, como Picture This que, al enfocar la cámara del teléfono, pueden decir si es un senecio azul o una cola de ratón. La YouTuber Milicienta, que se hace llamar *succulover*, tiene más de 360 mil suscriptores en su canal sobre consejos y esquemas de resucitación de cactus y suculentas.



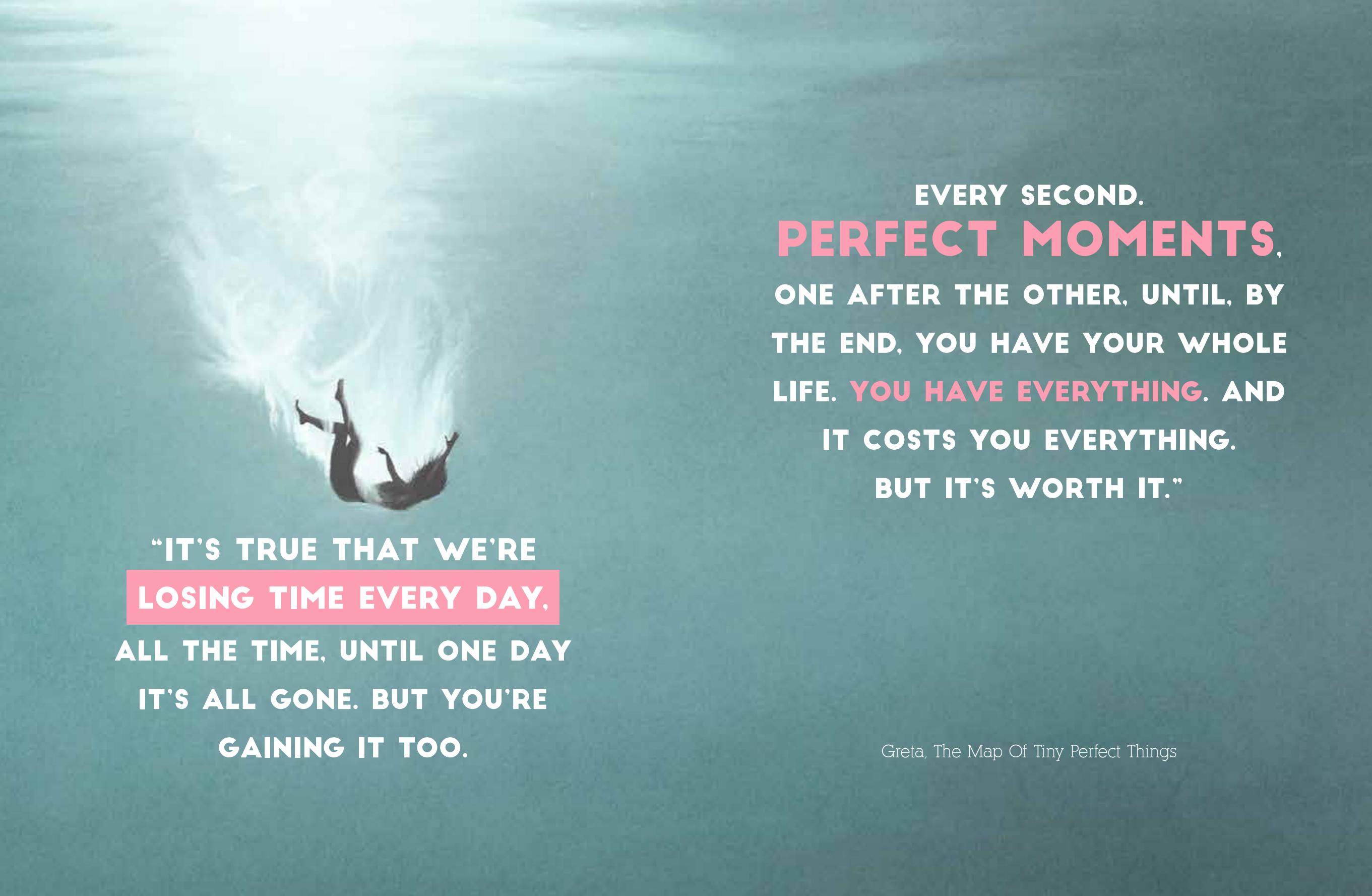
Pero esta afición también tiene su lado gris. “Claro, las cosas pueden salir mal... Muchos creen que tener plantas es fácil, lindo y rápido, pero no siempre es un proceso simple, no es echarles agua de vez en cuando y ya... Llegan las plagas, se marchitan, se ahogan por exceso de agua. Puede ser muy agobiante y genera estrés ver que tu planta no está recibiendo el cuidado necesario. Definitivamente, es una relación de dependencia emocional que permite ver tus carencias”, dice Camila (27 años).

Pero muchos han elegido despertar cada mañana con la ilusión de que su monstera, ginuras, *ficus lyrata*, crasas o semilla de aguacate hayan retoñado. Tomarles fotos en todos los ángulos, ponerles música clásica, hablarles y sentir su compañía incondicional. Hablar y preguntar por ellas: ¡qué grande está! ¡Qué linda y radiante! ¡Cómo ha florecido! ¡Ya necesita cambio de maceta! ¡Hay que limpiarle las hojitas y podar las ramas secas! De algún modo, estas nuevas familias multi especies aportan sentido de realización y propósito, que se evidencia en cada una de las *selfies* en las que aparecen abrazando a su adorada *catathea* o amate. ○

Plantas comunes para tener en casa



La destrucción del planeta también impulsa el amor verde. De acuerdo con la Encuesta Millennial 2019 de Deloitte, el ranking de sus preocupaciones lo lidera el cambio climático, los cuidados del medioambiente y los desastres naturales.



“IT’S TRUE THAT WE’RE
LOSING TIME EVERY DAY,

ALL THE TIME, UNTIL ONE DAY
IT’S ALL GONE. BUT YOU’RE
GAINING IT TOO.

EVERY SECOND.
PERFECT MOMENTS,
ONE AFTER THE OTHER, UNTIL, BY
THE END, YOU HAVE YOUR WHOLE
LIFE. **YOU HAVE EVERYTHING.** AND
IT COSTS YOU EVERYTHING.
BUT IT’S WORTH IT.”

Greta, The Map Of Tiny Perfect Things

EL MUNDO EN LA UDEM

FOTOGRAFÍAS POR: SARAÍ CUELLO
TEXTO POR: BRENDA MUÑOZ

Ellos nos trajeron varios países a Nuevo León y nosotros les dimos un pedazo de México y de Monterrey para que se lo lleven de vuelta a casa. Conoce a nueve extranjeros que estuvieron en el campus y abrieron su corazón a nuestra cultura y a nuestra universidad.



ALLEN NYAMUKAPA

JAMU UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES, JYVÄSKYLÄ, FINLANDIA.

**38 AÑOS,
FINLANDÉS-
ZIMBABUENSE.**

En la UDEM:
Negocios internacionales.

**¿Qué es lo que más te gusta de
la UDEM?**

El campus, la seguridad (espe-
cialmente durante la pandemia) y
la amabilidad de los estudiantes
y maestros.

**¿Qué te llevas a tu país de
Monterrey y de México?**

Algunas recetas para preparar
comida mexicana.



FINNEGAN LECLAIR

WARREN WILSON COLLEGE, ASHEVILLE,
CAROLINA DEL SUR, EUA.

21 AÑOS, ESTADOUNIDENSE.

En la UDEM:
Arte y diseño.

¿Qué te llevas a tu país de
Monterrey y de México?

Mucha ropa nueva, fotos y
recuerdos. Notas y dibujos de
mis amigos de aquí.

¿Qué es lo que más te ha gustado
de Monterrey y de México?

De Monterrey, los amigos que
hice; de México, la amabilidad
de su gente y la abundancia de
naturaleza.

23 AÑOS, POLACA.

En la UDEM:
Negocios creativos
internacionales.

¿Qué es lo que más te gusta de
la UDEM?

Me encanta el diseño de la uni-
versidad, además disfruto de mis
materias ya que los profesores
tienen un enfoque individual para
cada alumno.

¿Qué es lo que más te ha gustado
de Monterrey y de México?

De Monterrey, los restaurantes,
cafés y tiendas conceptuales.
De México, sus playas.

JULIA SKRZYPCZAK

INHOLLAND UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES, LA HAYA, PAÍSES BAJOS.



LUCILA ALMEIDA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE
MINAS GERAIS, BELO HORIZONTE, BRASIL.

**22 AÑOS,
BRASILEÑA.**

En la UDEM:
Arquitectura.

¿Qué es lo que más te gusta
de la UDEM?

Las materias, los edificios
y las montañas.

¿Qué es lo que más te ha gustado
de Monterrey y de México?

La universidad, la comida, los
amigos que hice y la experiencia
de viajar al extranjero.



**21 AÑOS,
ALEMÁN.**

En la UDEM:
Negocios internacionales.

¿Qué te llevas a tu país de
Monterrey y de México?

La franqueza.

¿Qué es lo que más te ha gustado
de Monterrey y de México?

El clima y la música.

ELIAS BELO

UNIVERSIDAD DE GANTE, BÉLGICA.





GLORIA CONCHA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA,
CALI, COLOMBIA.

**21 AÑOS,
COLOMBIANA.**

En la UDEM:
Negocios globales.

**¿Qué te llevas a tu país de
Monterrey y de México?**

Monterrey es una ciudad hermosa y desarrollada; México tiene comida deliciosa. Me encanta el acento y la vibra que transmiten los mexicanos.

**¿Qué es lo que más te ha gustado
de Monterrey y de México?**

Los cerros, los centros comerciales y las personas.



LAURA FERNÁNDEZ

ISEG LISBON SCHOOL OF ECONOMICS
& MANAGEMENT, LISBOA, PORTUGAL.

**19 AÑOS,
PORTUGUESA.**

En la UDEM:
Dirección y administración
de empresas.

**¿Qué te llevas a tu país de
Monterrey y de México?**

Comida, cultura y palabras
nuevas.

**¿Qué es lo que más te ha gustado
de Monterrey y de México?**

Lo que aprendí en la universidad,
los amigos que hice y la experiencia
de vivir en una ciudad industrial.

A portrait of Samantha Little, a young woman with long dark hair, looking slightly to her left. She is wearing a dark top with a light-colored pattern. The background is a solid yellow color.

**22 AÑOS,
ESTADOUNIDENSE.**

En la UDEM:
Estudios humanísticos y sociales.

**¿Qué es lo que más te gusta de
la UDEM?**

El campus, la hermosa vista de
las montañas y la asombrosa
arquitectura.

**¿Qué te llevas a tu país de
Monterrey y de México?**

Haber conocido más sobre la
cultura mexicana. Aprendí que
la comunidad es muy acogedora
y festiva.

S A M A N T H A L I T T L E

VALDOSTA STATE UNIVERSITY, GEORGIA, EUA.

A portrait of Daniel Osto, a young man with short dark hair and a beard, smiling. He is wearing a light blue button-down shirt with a small logo on the chest. The background is a solid yellow color.

**22 AÑOS,
COLOMBIANO**

En la UDEM:
Negocios globales.

**¿Qué te llevas a tu país de
Monterrey y de México?**

Crecimiento, paisajes nuevos
y la experiencia de convivir con
gente tan linda.

**¿Qué es lo que más te ha gustado
de Monterrey y de México?**

Las montañas de la ciudad y las
oportunidades que hay en el país.

D A N I E L O S T O

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA,
CALI, COLOMBIA.



S A P I E N S

1 ¿CREES QUE ERES UN BUEN LÍDER? TAL VEZ TE FALTA ESPÍRITU

Paola Yvette Meza Garza
Directora de Relaciones Externas en la Universidad de Monterrey y maestra en Desarrollo Organizacional por la misma universidad. Tiene más de 16 años de experiencia en negocios, administración, recursos humanos y ventas. Sus conocimientos abarcan consultoría estratégica, entrenamiento y diseño de proyectos de talento para programas industriales, financieros, de *retail*, salud y tecnología.

Existen personas que tienen dotes de nacimiento como líderes; también hay quienes necesitan mayor esfuerzo y disposición para desarrollar diariamente su liderazgo. Si te consideras un líder, ¿cuál eres tú? Es momento de empezar a voltear a ver el liderazgo espiritual.

Para quienes ejercemos un rol frente a equipos de trabajo, la pandemia puso a prueba nuestras habilidades. En organizaciones tradicionales, muchos líderes que creían gozar de habilidades sólidas fueron quebrantados por una transformación inesperada. Fue duro darse cuenta de que la cultura en la que vivían les permitía un liderazgo jerárquico y perder el control los desequilibró, al grado de poner en riesgo la estabilidad de las organizaciones y sus objetivos.

Es momento de hacer una pausa, desahucarnos de lo que no ayuda y darle la bienvenida a un estilo de liderazgo sensible con los demás, donde el aprendizaje es el camino del desarrollo personal y una responsabilidad crucial para el líder.

El liderazgo espiritual es uno de los estilos más contemporáneos y pareciera que quienes lo crearon visualizaban la situación a la que pronto nos enfrentaríamos como

humanidad. Este liderazgo considera comportamientos y valores que pueden producir en los seguidores la confianza, la motivación intrínseca y el compromiso necesarios que incentiva el desempeño organizacional y el bienestar humano.

El líder espiritual va más allá de escalar en el nivel jerárquico y/o generar riqueza: su objetivo es convertirse en elemento de un sistema de valores más amplio y, aparte del logro de objetivos monetarios, busca metas de mayor trascendencia en la organización, al incluir otros parámetros para medir el éxito, como una vida significativa y la paz interior.

Es un concepto en el que se consideran cinco elementos:

- Esperanza
- Visión y misión
- Sentido de vida
- Pertenencia

Set de valores:

- Compasión
- Unidad
- Armonía
- Honestidad
- Verdad



Hazte estas preguntas:

- ¿Cuáles de los cinco componentes ya practico en mi equipo?
- ¿Qué valores son los que hoy están en mi día a día?
- ¿Está mi forma de reaccionar sustentada en estos valores?

Me entusiasma que este momento en nuestras vidas nos brinda la oportunidad de sacar nuestra mejor versión, aprender de este nuevo estilo de liderar, e identificar y revalorar en nuestro entorno a estos líderes.

2 RAWLS Y DWORCKIN: APUNTES SOBRE JUSTICIA SOCIAL

La idea de justicia social florece en el siglo XIX, en pleno auge del capitalismo salvaje. Algunos teóricos la asocian al concepto aristotélico de justicia distributiva, *vis-à-vis* justicia conmutativa. El término es empleado en 1843 por el jesuita Luigi Taparelli (*Ensayo teórico del derecho natural apoyado en los hechos*), y retomado por los fabianos en Inglaterra. A la noción abstracta de justicia como el dar a cada quien lo suyo, producto del individualismo que desemboca en la premisa liberal de que todos los ciudadanos son iguales ante la ley, la tesis de justicia social antepone la realidad de la desigualdad. La heterogeneidad humana implica desigualdad, y en el marco de una sociedad libre una minoría de individuos acumula todo tipo de riqueza mientras que una mayoría queda marginada. Si esa libertad ha de mantenerse es preciso crear sistemas

de compensación que permitan un equilibrio social, y para hacerlo es menester una teorización moral.

En ese contexto se inscriben las aportaciones de los filósofos estadounidenses John Rawls y Ronald Dworkin. Ambos buscan la elusiva conciliación de la libertad y la igualdad, y ambos procuran fijar las mojoneras éticas de la justicia social dentro del terreno del liberalismo. A partir del recurso del “velo de ignorancia”, que lleva al modelo de equidad que se preconizaría si nadie supiera cuál es su posición en la sociedad, Rawls postula sus dos principios de justicia. El primero es que cada persona tiene el mismo derecho al esquema más amplio de libertades compatible con un esquema similar para los demás. El segundo es que las desigualdades sociales y económicas deben arreglarse de tal modo que el mayor beneficio sea para los miembros más desfavorecidos de la sociedad y que los cargos y posiciones públicas estén abiertos para todos en igualdad de oportunidades.



Lo que me parece más interesante de la teoría de justicia de John Rawls es su propósito de vincular, desde sus principios fundamentales, igualdad y libertad. Es decir, lo que Rawls quiere repartir en última instancia no es tanto el goce de bienes materiales cuanto el ejercicio de libertades individuales. Así, sale al paso de la crítica marxista de la “abstractez” de los derechos liberales (la famosa libertad del proletario para morir de hambre) y enfoca su razonamiento hacia la creación de mecanismos que permitan a los individuos más desprotegidos contar con los recursos para ser concreta y verdaderamente libres.

El punto nodal de la teoría rawlsiana es, a juicio mío, la igualdad de oportunidades. Se trata en cierta manera de una meritocracia. Nadie merece las ventajas o las desventajas de sus dotes genéticas o de sus circunstancias familiares, porque son cualidades “de distribución moralmente arbitraria”. Ni la inteligencia o el talento ni el privilegio de nacer en una familia rica o poderosa, ni siquiera la buena suerte, deben constituir un hándicap favorable; a la inversa, ni las limitaciones intelectuales o familiares ni los accidentes deben impedir que alguien se rezague. Para eso debe haber leyes e instituciones compensatorias. Lo único que justifica una posición ventajosa o desventajosa son las decisiones o elecciones que tomen las personas, quienes son responsables de sus actos.

Ronald Dworkin, por su parte, equipara justicia con justeza (*justice and fairness*). Para él, la clave de una distribución justa de los “recursos” es la igualdad inicial. La igualdad que le interesa, además, no es la del bienestar sino la de los recursos. Su fórmula teórica es una subasta de recursos materiales

entre los miembros de la sociedad, en la que todos tienen igual poder para pujar por todos los recursos. La puja termina en el equilibrio: nadie quiere cambiar lo que ha obtenido. En otras palabras, la justicia distributiva se alcanzaría si se repartieran todos los bienes en partes iguales entre todas las personas, y luego se les permitiera intercambiar entre todos algo de lo que tienen hasta quedar satisfechos. Adicionalmente, cada uno puede comprar dos tipos de seguros: uno contra la eventual baja rentabilidad de su talento y otro contra sus posibles discapacidades. Los seguros se compran con los beneficios adquiridos en la vida post-subasta.

El planteamiento de Dworkin me parece interesante por su formación. Pese a ser primordialmente un filósofo del derecho, su razonamiento es el de un economista. Para él hay dos clases de suerte, la opcional y la bruta; la primera es el resultado de apuestas calculadas y la segunda de consecuencias fuera del control del apostador. Con ecos orteguianos, argumenta que el destino de la gente es producto de circunstancias y decisiones, y que lo que hay que garantizar es que las circunstancias sean iguales para todos y que todos se hagan responsables de sus decisiones. El punto de partida ha de ser el mismo, pero una vez arrancada la carrera los adelantados y los rezagados se habrán ganado a pulso su posición. Contrarrestando los accidentes, contratados los seguros, las desigualdades resultantes son moralmente aceptables.

John Rawls y Ronald Dworkin son liberales igualitarios. Ambos concentran sus teorías en la igualdad de oportunidades, aunque difieren en la forma de lograrla. Dworkin profesa más respeto y admiración por el capitalismo y da



La heterogeneidad humana implica desigualdad, y en el marco de una sociedad libre una minoría de individuos acumula todo tipo de riqueza mientras que una mayoría queda marginada. Si esa libertad ha de mantenerse es preciso crear sistemas de compensación que permitan un equilibrio social, y para hacerlo es menester una teorización moral.

más peso al rol del mercado, mientras que a Rawls privilegia el papel del Estado y muestra menos reparos en establecer límites a la libertad individual. Uno individualiza la justicia y el otro “justicializa” al individuo. El problema con el que los dos se topan, sin embargo, es la traducción de sus disquisiciones teóricas en normas o políticas públicas prácticas.

Con todo, la plataforma rawlsiana es más aplicable que la dworkiniana. Yo formulo la solución de esta manera: construir una casa común, con un piso de bienestar que evite la caída de los débiles, un techo de legalidad que impida la fuga de los poderosos y cuatro paredes de cohesión social que permitan a todos convivir en la mayor armonía posible, y esa construcción se facilita con los planos proporcionados por John Rawls. Un Estado benefactor, tradicional o modernizado, es perfectamente compatible con sus ideas. Y es que, además de la igualdad de oportunidades, el piso es justamente la red protectora que da un mínimo de bienestar para todos. La universalidad de la salud y la educación gratuitas es el mejor camino al cabal ejercicio de las libertades para todos, y no sería posible sin un andamiaje fiscal que asegure la redistribución del ingreso. En ese sentido no hay nada nuevo bajo el sol, y lo que proporciona la famosa *Theory of Justice* es una legitimación ética de lo que, siguiendo a Eduard Bernstein y a

su intuición e instinto político, ha hecho la socialdemocracia.

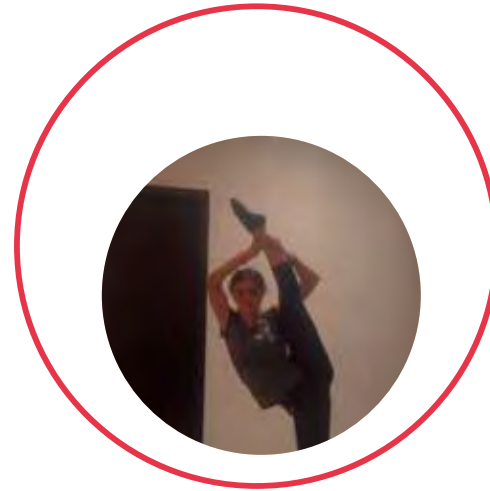
El igualitarismo liberal conforma, como todas las propuestas eclécticas, un entramado teóricamente imperfecto. Al negarse a ser parte de uno de los dos “monopolios de coherencia” que representan el liberalismo y el marxismo —Roger Bartra *dixit*— y pretender en cambio sincretizarlos, se enfrenta a contradicciones ineluctables. Siempre será más fácil rechazar cualquier cortapisa al mercado o preconizar la abolición de la propiedad privada de los medios de producción que buscar el justo medio. Los cuestionamientos a la garantía de un arranque parejo y la ayuda a los que tropiezan se salvarían si no se necesitaran tantas reglas y jueces, o si de plano no hubiera carrera. Pero a quienes nos parecen tan inaceptables las atrocidades cometidas contra las libertades individuales por socialismo real como el crimen contra la justicia social perpetrado por el neoliberalismo y su aberrante fin de la historia, la rendición frente a uno u otro se nos presenta como la degradación del ser humano. Por eso juzgo tan peligrosa la entronización de una democracia hemipléjica, con su costado izquierdo paralizado. Y por eso hago votos por que el *establishment* neoliberal supere su miopía y deje de bloquear las manifestaciones heterodoxas del centro-izquierda democrático.

Agustín Basave

Doctor en Ciencia Política por la Universidad de Oxford, Inglaterra. Ha sido profesor en las universidades más importantes del país, como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM-CCM), la Universidad Iberoamericana y el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM). Autor de varios libros como *México mestizo* (2002), *El nacionalismo* (2006) y *La cuarta socialdemocracia* (2015); recientemente fungió como diputado federal por el Partido Revolucionario Institucional (2015-2018) y como presidente del mismo partido de 2015 a 2016.



HÉROES



@difusionculturaludem
@vocesudem
@udemdancegroup
@folclor.udem
@tropaudemoficial

HACEN DE SU SALA UN ESCENARIO

El encierro y el distanciamiento social no impidió que los jóvenes de los programas de danza de Difusión Cultural de la UDEM expresaran al máximo su pasión por el baile, aunque fuera en sus casas y a través de la computadora.

La pandemia no ha sido fácil para nadie y el consenso mundial para sobrevivirla fue enfocarnos en hacer las cosas que nos gustan. Desgraciadamente, muchos de esos *hobbies* involucran ir al exterior, hablar y convivir con otras personas, lo que no es precisamente ideal durante una crisis sanitaria.

Esto representó un verdadero desafío para Difusión Cultural de la UDEM, pues las clases de teatro, baile y canto se basan en la interacción humana; sin embargo, tanto profesores como estudiantes asumieron el reto y supieron aprovechar y acoger las limitaciones de la actualidad para practicar sus pasiones y obtener resultados inesperados y completamente originales.

Para Agustín Niño Pérez, miembro de La Tropa UDEM y estu-

diente de Ingeniería Biomédica, el baile es una parte integral de su vida, pues lo conecta con su lado creativo. Cuando se dio la noticia de que las clases presenciales se cancelaban hasta nuevo aviso, pensó en dejar el baile. Afortunadamente, no lo hizo.

“Desde siempre las clases de danza han sido un momento para desconectarme del futuro y centrarme en el presente, y ahora suponían un reto totalmente diferente. Ya no había compañeros, espejos y música, ahora solo tenía mi *laptop* y el espacio de la sala. Si anteriormente encender la *webcam* se sentía intrusivo, con el distanciamiento social nos tuvimos que acostumbrar, pues ¿cómo iba a mejorar sin retroalimentación de mis profesores?”. Con el tiempo se adaptó a la nueva rutina.

Por su parte, Diana Tobías Ruiz, alumna de la Prepa UDEM Unidad Valle Alto, también tuvo un periodo de adaptación, pero nada que el tiempo y la práctica no pudieran mejorar.

“Al principio me entristeció no poder tomar las clases de manera presencial y batallaba para entender al maestro. Me confundía para qué lado iba cuando no se hacían coreografías con espejo. Por otro lado, me sentí agradecida por las clases a pesar de que había una pandemia y me sentí orgullosa porque le agarré rápido la onda al *online*”, explica.

Ambos estudiantes coincidieron que, de una situación completamente imperfecta e impráctica, la resiliencia, el arte de conocerse y el descubrimiento de habilidades que no sabían que tenían o no habían tenido la oportunidad de desarrollar,

fue lo más gratificante. Agustín, quien se describe como “un simple bailarín” de La Tropa UDEM, tuvo que ser “coreógrafo, camarógrafo, director, vestuarista, maquillista y editor de multimedia” durante la pandemia; Diana tuvo que apoyarse más en sí misma para ser su propia maestra y animadora. Aunque en las clases en línea interactuaba con profesores y amigos, ciertamente no era lo mismo.

Arnoldo Nerio, director de Difusión Cultural de la UDEM, explica que “la pandemia trajo un crecimiento en el desarrollo profesional de los maestros, porque aprendieron más sobre plataformas digitales y su aplicación, así como la detonación de la creatividad de los estudiantes. Cuando algo te impide que hagas lo que siempre haces, tienes que ingeniártelas”. ☺

FOTOS: CORTESÍA



TROTAMUNDOS Y EMPREENDEDORA SOCIAL

Roberta Elizondo, ExaUDEM cofundadora de Travelers with Cause, combinó su pasión por el servicio con la inquietud de recorrer el planeta, convirtiéndose así en un excelente ejemplo de que el emprendimiento también puede ser social.

POR: NILSA FARÍAS FORNÉS



ROBERTA ELIZONDO
@robertaconmaleta



TRAVELERS WITH CAUSE
@travelerswithcause
travelerswithcause.com

Es ya de conocimiento general que una de las grandes pasiones de los *millennials* es viajar, pero para esta veinteañera conocer el mundo tiene que ir de la mano con el servicio. A Roberta Lucía Elizondo Ibarra, egresada de la Licenciatura en Creación de Negocios e Innovación Empresarial de la UDEM, le nació la inquietud de ayudar en 2014, en un viaje que realizó a Kenia para vivir durante un mes en un orfanato. Cuatro años después, combinó el turismo con el altruismo para crear Travelers with Cause, una empresa social que busca llevar a jóvenes aventureros a destinos vulnerables.

Este proyecto social le ha traído muchos frutos y satisfacciones: recientemente fue nombrada como la mejor emprendedora del mundo por los Global Student Entrepreneur Awards, organizados por Entrepreneurs' Organization. “(Este premio) me abrió las puertas a nuevas oportunidades, alianzas, proyectos y, por ende, a más trabajo, pero es algo que amo y que hago con mucho orgullo, alegría y estrategia para crecer este negocio”, comparte la joven viajera.

Su trabajo no es fácil, pero con el paso del tiempo ha sabido enfrentar los retos y ha aprendido a escoger sus batallas, a delegar y apoyarse en los demás para salir adelante, algo que le hubiera gustado saber antes de emprender. Estas habilidades, de hecho, han probado ser extremadamente útiles en la pandemia.

FOTOS: CORTESÍA

Al ser una empresa dependiente del turismo, los líderes tuvieron que volcar toda su creatividad en soluciones que pudieran funcionar en el marco de las restricciones sanitarias.

“Al estar cerrado todo el mundo, tuvimos que adaptarnos e innovar. Teníamos que dar algún tipo de certeza en una época increíblemente incierta. Encontramos la forma de seguir ayudando a las comunidades con las que trabajamos de manera remota y seguimos muy activos en redes sociales”, explica.

Roberta indica que esta presencia constante en sus perfiles digitales, con Instagram como su red más popular, ayudó para que, cuando se empezaron a levantar ciertas restricciones de viaje, las personas que quisieran ver el mundo, explorarían esa opción con Travelers with Cause.

La estrategia funcionó y en verano de 2021 pudieron mandar a más de 300 personas a ayudar en proyectos sociales al extranjero. “Los jóvenes buscamos tener experiencias con algún propósito, con algún sentido y lo estamos viendo en muchas áreas, no solamente en el viaje. Vemos más allá de solamente ir a turistar; buscamos conocer lo local y a la gente y crear impacto. Ese es el futuro: viajes con sentido, con propósito, para adentrarnos en la cultura que queremos conocer”, asegura Roberta. ○

360° UDEM ES UNA REVISTA DE TODOS, PARA TODOS Y CON TODOS.

Y en esta edición No. 06 repetimos el proyecto que tanto nos gustó de la edición No. 05. En la asignatura “Estudio de diseño de sistemas de información en 2D”, del profesor Carlos Delgado de Robles Van Dionant, 18 estudiantes de 5.º semestre de la Licenciatura en Diseño Gráfico diseñaron nueve proyectos de portada, contraportada y de feature (el artículo sobre la industria del k-pop, en las páginas 62-69).

Un jurado de profesores, alumnado, equipo de la revista y colaboradores de la UDEM votaron por un proyecto ganador, pero no queríamos dejar de presentarles los otros ocho diseños, que también nos dejaron muy emocionados. ¡Enhorabuena a todas y todos! Se nota que se divertieron mucho al hacerlos.



Equipo 1 (¡DISEÑO GANADOR!)
RED/BLUE ART
Leticia Gómez
Karen Arellano



Equipo 3
FANGIRL JOURNAL
Laura Tamayo
Daniela Camarillo



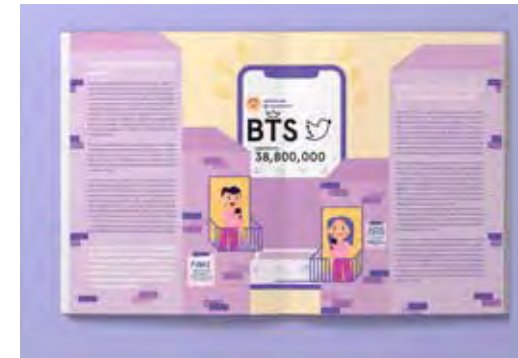
Equipo 4
REDES SOCIALES
Ana Daniela Jiménez
Mariana Cárdenas



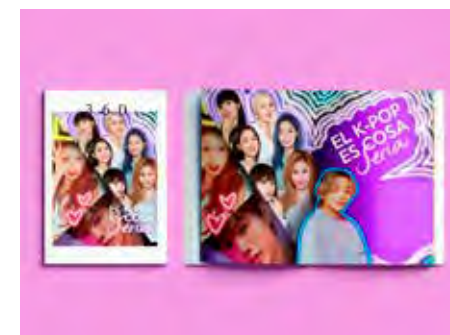
Equipo 5
FAMILIA K-POP
Andrea Rodarte
Sara Valladares



Equipo 6
TABLERO K-POP
Isabela Maltos
Leticia Peña



Equipo 7
EDIFICIO K-POP
Lidice Mendoza
Ana Sofía González

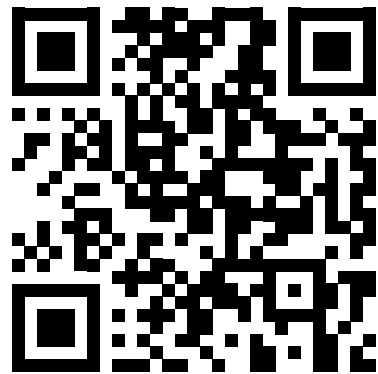


Equipo 8
NEON
Isabel Villegas
Nicolás González

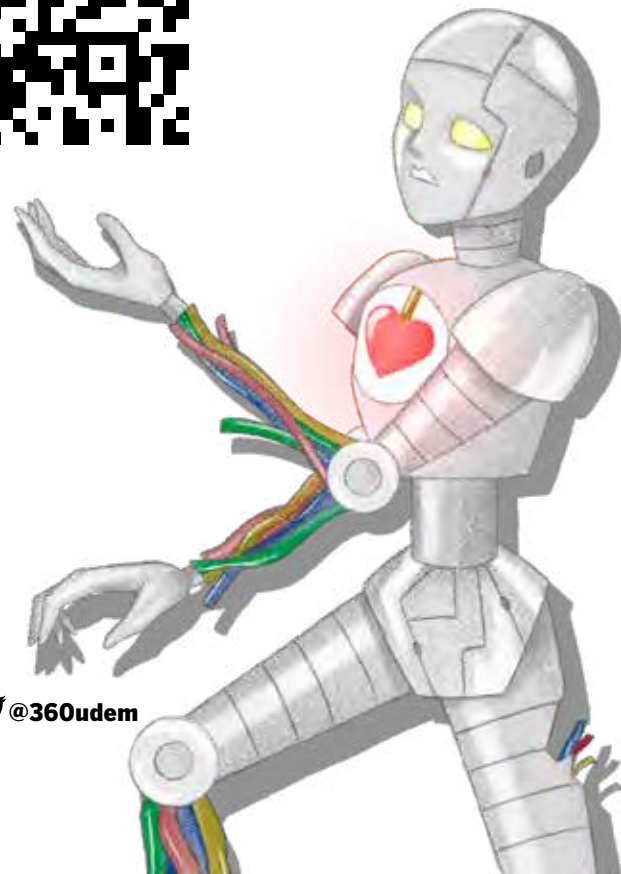


Equipo 9
DINAMISMO
Clara Demidchuck
Rebeca Pozas

KICKER



  @360udem



INSPIRANDO TU MEJOR VERSIÓN

UDEM

Seguir preparándote
profesionalmente

INSPIRA

A portrait of a young woman with long dark hair, smiling. She is wearing a light blue sleeveless top. The portrait is set against a large, bright yellow circular background that resembles a sun.

**Posgrados
UDEM**

[udem.edu.mx/
posgrados](https://udem.edu.mx/posgrados)

3 6 0 °

U D E M

**ES UNA MONEDA
DE DOS CARAS**

UDEM

WWW.360UDEM.MX
UNIVERSIDAD DE MONTERREY