

3 6 0 °

U D E M



ser **MÉXICO**

NO. 07

¿QUÉ ES LA NORTEÑIDAD?

AMAZON NO TRAE
LA FELICIDAD

LAS UNIVERSIDADES
DE LOS *INFLUENCERS*

Programas académicos que

INSPIRAN

CARRERAS UDEM

ARTE Y DISEÑO

- Licenciatura en Animación y Efectos Digitales
- Licenciatura en Diseño Gráfico
- Licenciatura en Artes
- Licenciatura en Diseño de Moda

ARQUITECTURA Y CIENCIAS DEL HÁBITAT

- Arquitectura
- Ingeniería en Innovación Sustentable y Energía
- Licenciatura en Diseño de Interiores
- Licenciatura en Diseño Industrial

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

INGENIERÍA 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
- Ingeniería Mecánica Administrativa

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

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

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



Ingresa a
udem.edu.mx

f universidaddemonterrey
@UDEM
@GenteUDEM



360°

UDEM

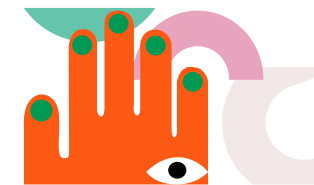
STATEMENT

► SER MEXICANO/A SIGNIFICA: _____

► SER NORTEÑO/A ES: _____

Tu STATEMENT es nuestro STATEMENT.

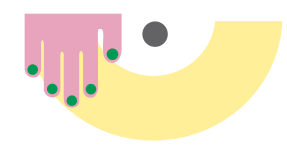
NO TE VAMOS
A DECIR QUÉ
SE SIENTE **SER**
MEXICANO/A.



NO TE VAMOS
A CONVENCER
DE QUÉ
SIGNIFICA SER
NORTEÑO/A.



TÚ SABES LO
QUE ES Y CÓMO
ES PARTE DE
TU **ESENCIA**
PERSONAL.



NUESTRA IDENTIDAD ES LO MÁS PROFUNDO
QUE TENEMOS.



ES LO QUE **S O M O S.**

NUNCA DEJES DE SENTIR **O R G U L L O** POR
SER QUIEN **ERES.**



Disfruta esta séptima 360° UDEM. Nos divertimos mucho haciéndola para ti —aunque nos cuestionamos mucho quiénes somos en realidad—.
Pero todo bien.

No. 07



CARTA DEL RECTOR



QUERIDOS TROYANOS Y TROYANAS:

Comienza un nuevo semestre y no podríamos estar más emocionados de verlos poblar el campus, llenos de energía, contentos y con la mejor actitud para vivir las experiencias que les aguardan este otoño 2022.

Es cierto que las experiencias nos cambian; nuestro carácter y personalidad se van moldeando de acuerdo con lo que vivimos, haciéndonos más sabios, maduros y con una perspectiva amplia del mundo. Como institución nos hemos ido transformando acorde con las tendencias educativas mundiales, pero nuestra esencia sigue fiel a lo que somos: una universidad humanista, abierta y orientada hacia el servicio a los demás.

Los avances tecnológicos a pasos agigantados son parte de nuestro día a día; sin embargo, sucede que el mundo se transforma tan rápido, que pareciera que no nos da tiempo de adaptar-

nos a las nuevas formas establecidas. Y a causa de vivir en una realidad tan volátil, es que nos dimos cuenta de la importancia que tiene conocernos a nosotros mismos: quiénes somos, qué queremos y hacia dónde vamos. Tres cuestionamientos que, tras ser resueltos, trazarán nuestro destino hacia donde verdaderamente deseamos estar.

Durante los últimos años hemos empezado a fijarnos más en nuestro interior. Así, ustedes no tengan miedo de indagar en sus intereses, sueños y esperanzas. Solo así podrán estar seguros del camino que van a seguir para hacer realidad sus sueños.

Miremos hacia delante con esperanza. El futuro nos inspira porque está lleno de nuevos retos y cambios importantes que, sabemos, podremos afrontar con seguridad porque somos conscientes de quiénes somos y de lo que podemos lograr.

MARIO PÁEZ GONZÁLEZ / RECTOR
UNIVERSIDAD DE MONTERREY

3 6 0 °
U D E M

PORTADA
FOTOGRAFÍA: VALERIA MARÍN GUZMÁN



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 FARIÁS 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

MAYRA MENESES
EDITORIA DE ARTE

NURIA BALLESTEROS
REDACCIÓN

LORENA PONTONES
CORRECCIÓN DE ESTILO

ANA SOFÍA ADAM, NICOLÁS CAMPODÓNICO, GUADALUPE CARRANZA, NILSA FARIÁS, NAYELI GARZA, GONZALO GARZA GARZA, MARÍA GARZA DÁVILA, ALEJANDRO GONZÁLEZ, JESÚS HIRAM GONZÁLEZ, JEAN GUERRERO DIB, RODRIGO GUERRERO LUCIO, JOSÉ AGUSTÍN GUTIÉRREZ, MARÍA EUGENIA GUZMÁN, ELIZABETH LUCIO, JAVIER MARTÍNEZ STAINES, MICHAEL MORALES-LUNA, GESURI MORALES-LUNA, ARNE RIEKSTINS, NORMA RUVALCABA
COLABORADORES EDITORIALES

MARÍA EUGENIA GONZÁLEZ
ILUSTRADORES

FERNANDO GERARDO ZAPATA GONZÁLEZ
SHUTTERSTOCK
FOTOGRAFÍA

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 07. Editor responsable: Alonso Aguilar. Circulación controlada de 1,000 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

CONTE NIDO

No. 07

OTOÑO 2022

16 FILL IN THE BLANK

56 GRAFFITI

80 CARTEL

136 KICKER



PORTADA

18

SER MÉXICO EN 2022

La actualidad de nuestro país es dura y complicada. A veces parece que solo hay desesperanza pero, para encontrar al verdadero México, basta con fijarse en sus jóvenes.

ENTRECOMILLAS

6/92

Frases poderosas que transformarán tu vida y te inspirarán. En esta edición: Björk y Kanye West (o Ye, como quieras llamarle).

FEED

8

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

NUMERALÍA

12

Ya pasaron 43 años desde la primera Conferencia Mundial del Clima y, al parecer, no hemos hecho nada realmente eficiente para detener la crisis.

BACKPACK + DESK

14

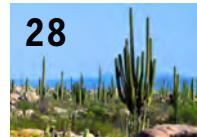
En esta sección doble, Vania Parra nos enseña su mochila y también su escritorio en casa, al estudiar en modo híbrido.

26

MOODBOARD

Lo que significa ser norteno en México. Que si la asada, la machaca, la soda y el calor normal de 45 °C grados.

28



SER NORTEÑO

¿Qué es la nortinidad? Nuestra región da mucho de qué hablar. En este texto, la autora nos la desmenuza con lujo de detalle.

34

CÓMO FUNCIONAMOS COMO STORYTELLERS

Tu yo interno puede ser tu mejor guía. O tu peor enemigo. Las historias que nos contamos a diario guían nuestras vidas.

54

DEL "NO ME GUSTA MI CUERPO"
AL "TENGO EL PODER"

58

LAS FAKE NEWS
Y LA VIDA ANÁLOGA

62

EL TURBULENTO
CAMINO A CATAR 2022

66

EL CINE HA MUERTO.
¡VIVA EL (NUEVO) CINE!

38

LO ÚNICO PEOR QUE ZUCKERBERG...

...es un avatar de él. Bienvenidos al metaverso. Danos tu dinero.

44

TODOS SOMOS FAMOSOS

Si todos tenemos la oportunidad de volvernos famosos, entonces ¿alguien es realmente famoso en la era de la fama masiva?

48

RITUALES PERSONALES PARA RECUPERAR LA CALMA

Hay noticias que nos sacuden y nos quitan el sueño. Cómo afrontarlas.

50

RESILIENCIA ESPIRITUAL

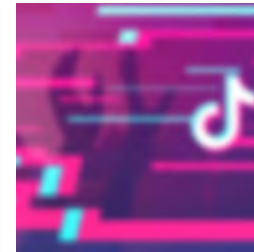
El mejor regalo que te puedes dar tú mismo.



68

UNA CASA QUE NO CONTAMINA NADA

74

AMAZON NO TRAE LA FELICIDAD

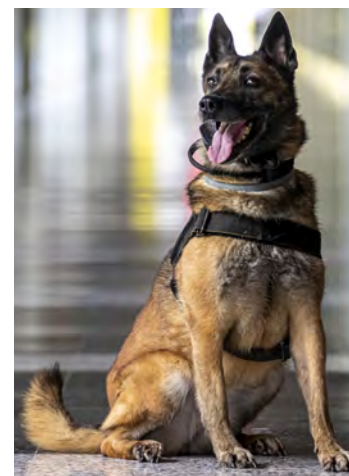
82

LAS UNIVERSIDADES DE LOS INFLUENCERS

86

GIGANTES Y MARCIANOS: LOS MULTIMILLONARIOS

94

DOBLE DOSIS Y REFUERZO
Algunos datos interesantes sobre las vacunas

98

PORTAFOLIO 360°: EL PAW PATROL DE LA UDEM

Ellos son los encargados de proteger a la comunidad UDEM. Leales y valientes, ejecutan órdenes sin chistar y su mejor recompensa es el cariño.



106

VARIAS (BUENAS Y MALAS) ADAPTACIONES DE LIBRO A PELÍCULA

110

POR QUÉ FOUCAULT IMPORTA EN 2022

Ideas de tres intelectuales para tener una visión más clara

114

POSTALES DE ESCRITORES

Frases para llevar de dos grandes autores

118

VALORES UDEM

La UDEM, en su proceso de planeación estratégica hacia 2030, ha actualizado misión, visión y valores. ¡Conócelos!

120

FIESTAS INOPORTUNAS DURANTE LA PANDEMIA
No todos fueron responsables

128

HÉROES

Aquí sí, el turismo te incluye

130

CLASSNOTES

Articulación autónoma

132

360° UDEM ES UNA REVISTA DE TODOS

Cuarenta y siete fotografías de alumnos/as de la UDEM producidas exclusivamente para esta edición. ¡Conócelas todas!



“

I sing the best when

”

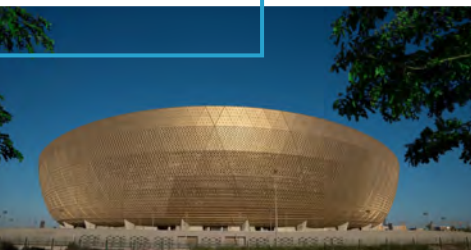
...I'm on the top of a mountain

—Björk

Björk es una artista tan absolutamente única que cuantificar su influencia musical es puramente reduccionista. Su estilo hizo que se ganara el corazón de muchas personas, pero su personalidad excéntrica y descarada es lo que asombra a todos. Por ejemplo, en una entrevista de 1988, de la nada y sin temerlas, la cantante islandesa explicó cómo funciona un televisor, con una serie de proverbios poco convencionales y trampas literarias. ¿Por qué? Porque Björk.

FEED

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



PONTE LA CAMISETA

Por fin llegó el Mundial. El primero que se celebra en Medio Oriente, con esa temperatura y con retos como el cambio de calendario, además de todas las controversias desde 2010. Probablemente sea el último mundial de Messi y de Cristiano Ronaldo y será también el primero que se juegue en el Estadio Icónico de Lusail, construido en la isla artificial que se hizo *ex profeso* para los partidos y para alojar a los visitantes.

¿Cuándo? 21 de noviembre al 18 de diciembre en Catar.

FOTOS: CORTESÍA Y SHUTTERSTOCK

EL VOCABULARIO 2022

Según lo dicho por la agencia de tendencias Wunderman Thompson, los 10 términos que debes conocer para entender todas las conversaciones del año son:

BRANDALISMO:

Activismo que se enfoca en vandalizar anuncios publicitarios para exponer los errores de las marcas (*brands* en inglés) y exigir que mejoren sus políticas.



ÉLITES NFT:

Una nueva clase que se considera VIP y que eleva las propiedades digitales como significantes virtuales de estatus.

DIRECTO-HACIA-AVATAR:

La evolución de los modelos de *retail* como el directo-a-consumidor o negocio-hacia-negocio. Los productos son digitales y dirigidos a los personajes de nuestras pantallas.

ESPACIOS LIMINALES:

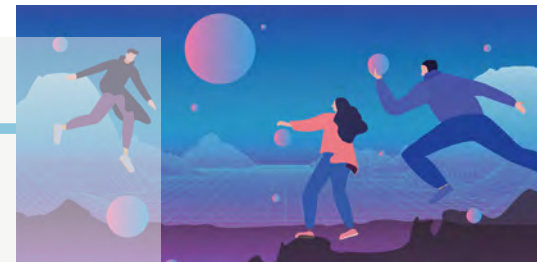
Espacios físicos que se convierten en híbridos con elementos digitales. Ejemplo: la exposición inmersiva de Van Gogh digital.

GENIUNFLUENCERS:

La nueva generación de *influencers* que se enfocan más en ser genuinos y no inspiracionales para que te puedas identificar mejor con ellos (término creado por la compañía WGSN).

METASOCIEDADES:

Comunidades virtuales que fomentan la conexión, la colaboración y el descubrimiento.

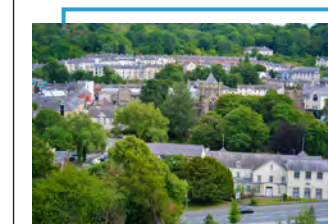


CRIPTONOMÍA:

La creciente economía basada en el auge de las criptomonedas.

PURITECH:

Las innovadoras soluciones de biotecnología que luchan contra los efectos de la contaminación del aire vía instalaciones públicas. Ejemplo: el anuncio panorámico que realizaron las udemitas en el proyecto Pollumesh.

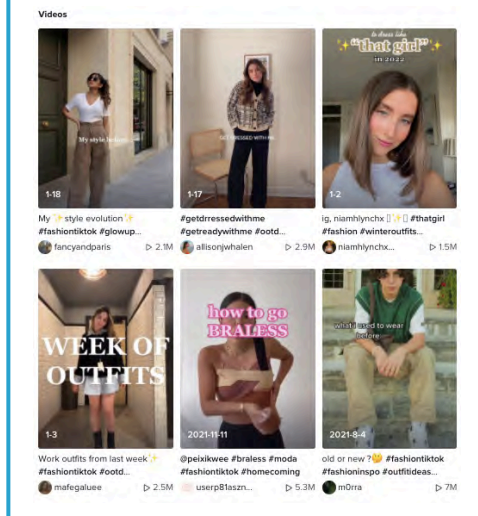


MICROBOSQUES:

Pequeños bosques en medio de las ciudades que permiten crear comunidad, aumentar la biodiversidad y el sentido de conexión.

SHECOVERY:

Programas corporativos e iniciativas que optimizan el ambiente laboral para las mujeres. Es un juego del termino *she*.



“TIKTOK COUTURE”

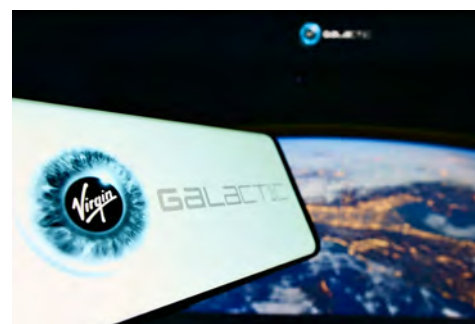
El nuevo lugar para ver tendencias, saber qué ponerte y qué pasar al fondo del clóset es TikTok. La *app* está repleta de miles de videos que explican las tendencias y de discusiones sobre qué es cool y qué no. El término TikTok Couture nació como una forma irónica de referirse a la cantidad de información de moda que surge entre *amateurs* y expertos. Es la prueba de cómo TikTok supera a Instagram y Pinterest para ser la principal red que influye en cómo nos vemos y vestimos. Y esto va más allá de la obviedad de tener la mayor población joven que tiende a dictar las tendencias, sino que el propio algoritmo de TikTok vive de crear microtendencias que suben y bajan tan rápido como la espuma.

MISIÓN ESPACIAL 2030

En esta década ocuparemos más el espacio exterior. Para 2030, según el reporte de McKinsey & Company, se espera que se exploren conceptos que incrementen los beneficios de la actividad espacial más allá de un sencillo viaje fuera de la atmósfera. Un ejemplo es el transporte de “punto a punto”, que es lanzar un cohete que te lleve de Nueva York a

París en 30 minutos. Otra propuesta es que se aumente la capacidad de los satélites para poder ampliar la conexión de internet a todo el mundo y en aviones.

El único contratiempo a considerar es que, al aumentar la actividad exterior, se deberá tener una vigilancia crítica de los desechos que se puedan generar en el proceso.



DUA LIPA: LA MUJER DEL AÑO

Es difícil encontrar a alguien a quien no le simpatice la cantante inglesa: ya sea por su encanto en entrevistas, sus *outfits* siempre impecables, su música pegajosa y energética o, simplemente, por su belleza. Su más reciente álbum, *Future Nostalgia*, es una oda a sonidos de los ochenta y noventa con referencias a íconos de la música, desde Madonna hasta Gwen Stefani, sumado a toques propios y letras que reflejan una fuerte confianza en sí misma que resulta inspiradora. Su *tour* mundial la trae a nuestro estado con una experiencia memorable.

¿Cuándo? 23 de septiembre en el Estadio Banorte, Monterrey.

FOTOS: CORTESÍA Y SHUTTERSTOCK

EVENTOS UDEM

FEED

LOS ESENCIALES

SOY UDEM

¿Pasas de prepa a profesional? Conoce lo que es “ser UDEM” en el siguiente nivel. ¡Vive la experiencia en este evento!

¿Cuándo?
Octubre de 2022.



IMAGINA PREPA UDEM

¿Vas a ingresar a bachillerato? Acompáñanos a conocer nuestro modelo educativo y a escuchar las experiencias de nuestros alumnos. ¡Descubre todas las alternativas que Prepa UDEM tiene para ti!

¿Cuándo? Octubre de 2022.

COMMENCEMENT OT'2022

Es momento de celebrar a los graduados UDEM como se merecen. ¡Felicidades, generación 2022!

¿Cuándo? Diciembre de 2022.



CÁTEDRA JORGE L. GARZA UDEM INSPIRA



Si lo que necesitas es un empujón para emprender, esta es para ti. Aprovecha los talleres y las conferencias presenciales y remotas, inspiradas en el legado de don Jorge L. Garza.

¿Cuándo? Octubre de 2022.

LOS ESPIRITUALES



ORACIÓN DE ANIVERSARIO UDEM

Sé parte de la oración por el aniversario 53 de la Universidad de Monterrey. Fortalece la identidad y misión de la UDEM.

¿Cuándo? Septiembre de 2022.

MISA DE FIN DE SEMESTRE OTOÑO 2022

Te invitamos a agradecer por lo vivido y reconocer el esfuerzo de los que formamos esta comunidad.

¿Cuándo? Noviembre de 2022.

CREATIVOS, PASEN POR AQUÍ



UDESIGN

Dirígete al CRGS a este evento con artistas de reconocimiento internacional para conocer tendencias y proyectos innovadores. ¡Organizado por alumnos!

¿Cuándo? Septiembre de 2022.

NUMERALIA

43 AÑOS DE BLA BLA BLA

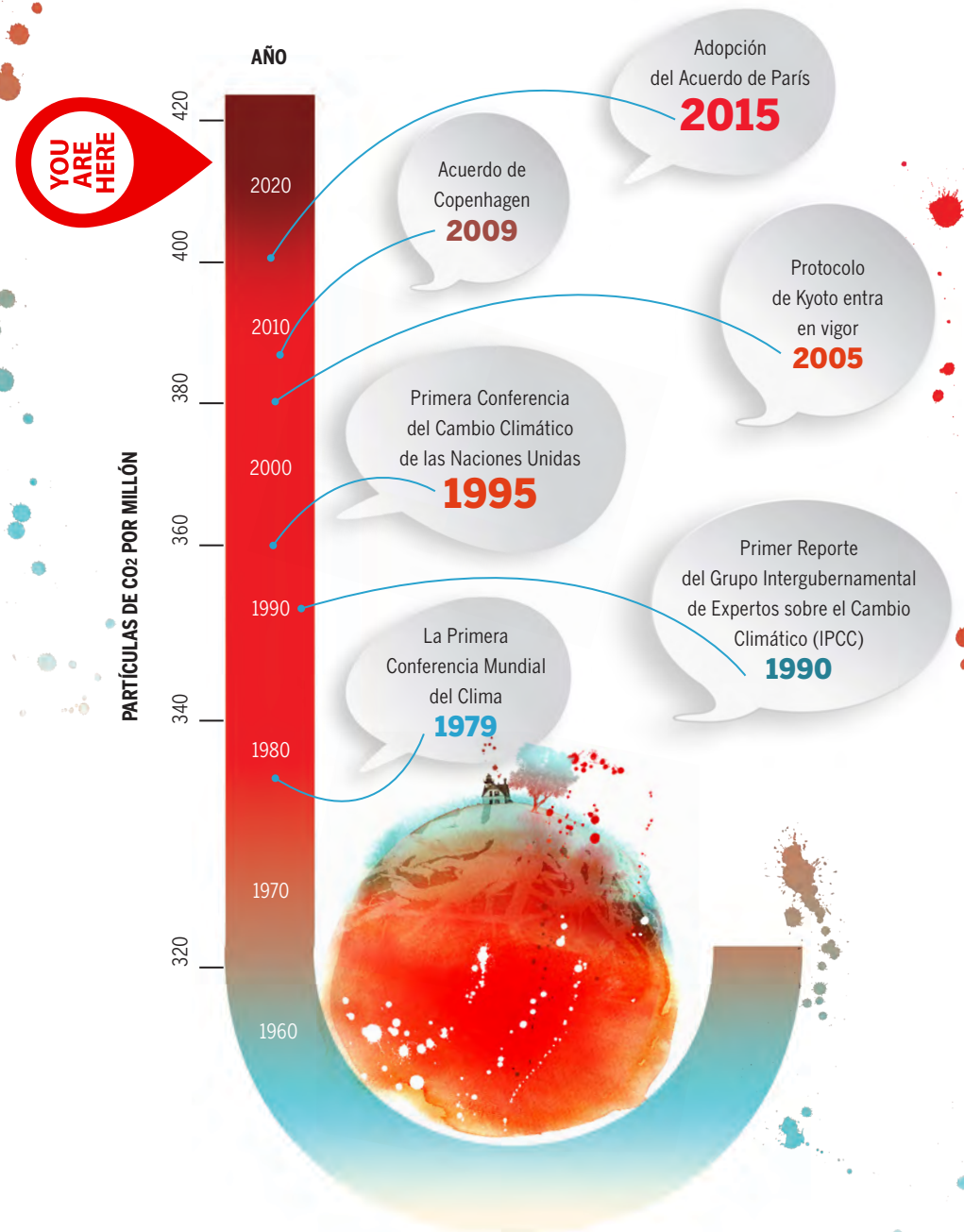
Ya pasaron cuatro décadas desde la Primera Conferencia Mundial del Clima y la gráfica nos dice que no sirvió para nada. Pero no han servido para nada ni siquiera las conferencias que le siguieron, hasta el Acuerdo de París de las Naciones Unidas, en 2015.

POR: ALONSO AGUILAR

ESTA GRÁFICA HABLA POR SÍ SOLA. EL TIEMPO SE NOS ACABA. ESTO NO ES SOLO DE GOBIERNOS O PERSONAS EN PUESTOS DE PODER (COMO ESTÁ CLARO). ESTO ES DE TODAS Y TODOS.



Tendencias en CO₂ atmosférico VS cambios de temperatura global



BACKPACK+DESK

En esta ocasión, una alumna que estudia en formato híbrido nos enseñó tanto su escritorio como su mochila.

VANIA GABRIELA PARRA ORTEGA

ESTUDIA 7.º SEMESTRE DE INGENIERÍA BIOMÉDICA.
UDEM.



Vania, alumna distinguida de su carrera, es amante del *latte* de la olla (esa bebida que ves a cada rato en Instagram) y lo disfruta mientras ve películas o series. Escogió Ingeniería Biomédica porque tiene muchas ramas en las cuales se puede especializar —claro, quiere estudiar una maestría en un futuro.

BACKPACK



1. LAPTOP

Es parte de mi día a día.

2. CALCULADORA

Indispensable para cualquier alumno de Ingeniería.

3. TERMO

Siempre lo cargo.

4. AGENDA

Me ayuda a estar al pendiente de mis actividades cotidianas y a organizarme.

5. BOLSITA CON

PLUMONES PARA PIZARRÓN

Este semestre realizo mi servicio social en la Preparatoria Politécnica y siempre cargo con esto para dar clase de matemáticas.

DESK

1. CALENDARIO

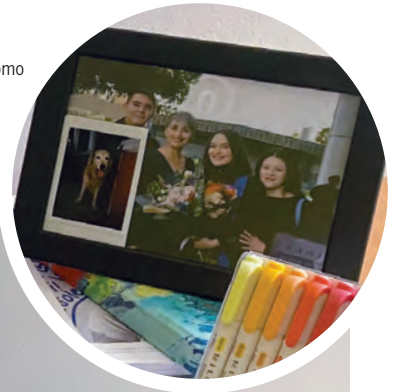
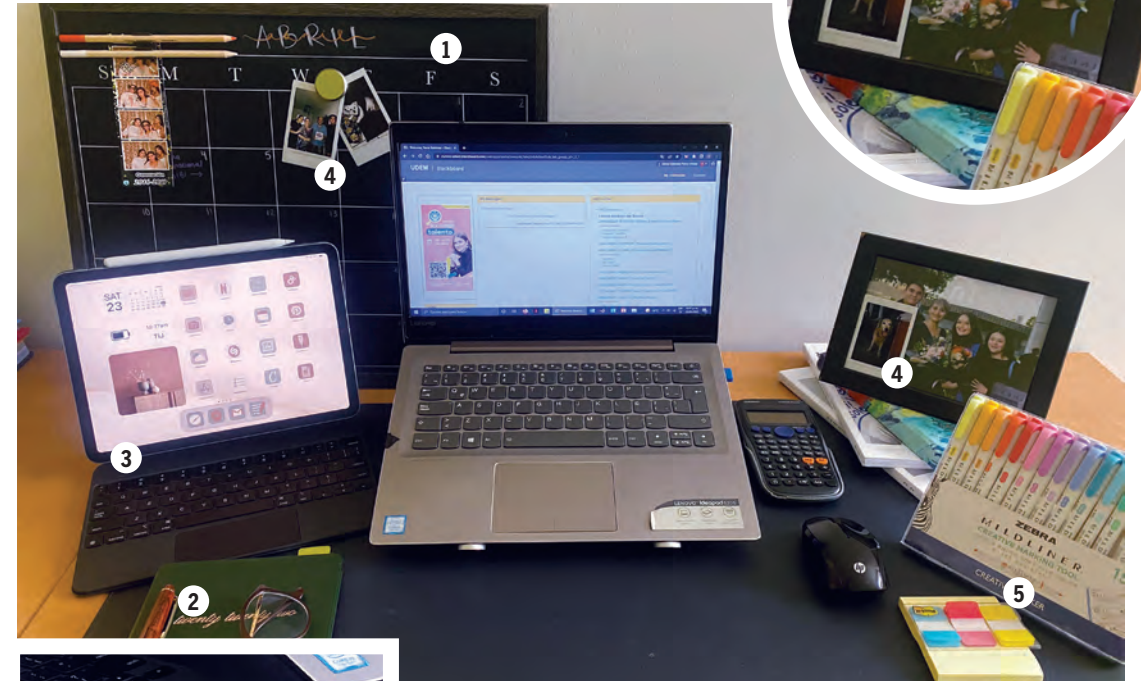
Una forma de mantenerme organizada y revisar mis pendientes del mes.

2. PLUMA

Esta pluma me recuerda a un viaje que hice con mi familia hace algunos años.

3. IPAD

i100 % recomendable! Es como una computadora más.



4. FOTOGRAFÍAS

Me gusta tener fotos en mi escritorio. Son de mi familia, amigas y mascotas, y me ayudan a recordar momentos bonitos de mi vida.

5. PLUMONES Y POST-ITS

Me permiten tener apuntes con colores y mejor organizados.

FOTOS: VANIA PARRA

Escribe una historia breve usando solo **una** vocal:



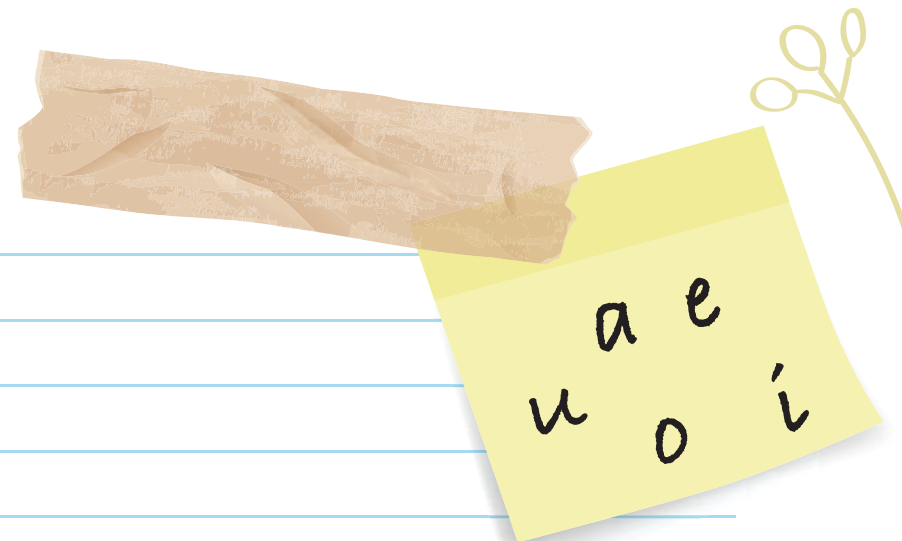
EJEMPLO:

En **el verde césped** del **edén**, **célebre** sede de **creyentes**, **el decente Efrén** se **estremece**.

Tres **deberes** del mes **lee** en el **templete** del **regente**: "Defender el **vergel** del **hereje** rebelde, tener **fe** en el **celeste** jefe de **tez** perenne, ser **excelente**".



Fuente: Óscar de la Borbolla,
Las vocales malditas (1988), Random House México



A series of horizontal blue lines on a white background, intended for writing a story using only one vowel.

COMPARTE
TUS RESPUESTAS

  @360udem



Per MEXICO XOXO GO en 2022

LA ACTUALIDAD DE MÉXICO ES DURA Y COMPLICADA. A VECES PARECE QUE SOLO HAY DESESPERANZA PERO, PARA ENCONTRAR AL VERDADERO MÉXICO, ESE CON EL POTENCIAL DE CAMBIAR EL MUNDO, BASTA CON FIJARSE EN SUS JÓVENES.

IMÁGENES: UDEM

POR: NILSA FARÍAS FORNÉS



éxico es un país muy joven (nos referimos a su gente, por supuesto). En

2020, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) reportó que, de los más de 126 millones de habitantes de la nación, 24.6 % era gente entre los 15 y 29 años de edad; además, se confirmó que la edad promedio del mexicano es de 29 años.

Podríamos decir que el rostro de México es el de un *millennial* que usa un *smartphone* y, con un poco de imaginación, podríamos pensar que ya trabaja. Pero la realidad que vive este *millennial* mexicano promedio es, de acuerdo con *Animal Político* en un reportaje de 2018, desoladora: variedad de pobreza para escoger, sin poder adquisitivo ni dueños de sus casas, en constante situaciones de violencia, discriminados.

Estos retos han tenido su efecto en la perspectiva de los jóvenes. Un estudio publicado por Lexia Insight & Solutions, reconocida agencia de investigación de mercado, señaló que hoy en día los jóvenes de México creen que su esfuerzo es el único determinante de su bienestar y que para vivir bien no pueden confiar ni apoyarse en el gobierno.

Es decir: sienten que van de mal en peor. En el estudio, liderado por Guido Lara, Claudio Flores, Benjamín Salmón y Marcos Robles, se puede leer que “hay un estado de ánimo más pesimista, más personas piensan que viven peor que sus abuelos y que sus hijos

En México creció el grupo que hizo lo que se le obligó a hacer: ir a la escuela, sacar buenas notas, cumplir con sus obligaciones; sin embargo, la sociedad y el país no hicieron su parte.

vivirán peor que ellos. Creció el grupo que hizo lo que se le obligó a hacer: ir a la escuela, sacar buenas notas, cumplir con sus obligaciones; sin embargo, la sociedad y el país no hicieron su parte, México le sigue quedando a deber a una parte significativa de los mexicanos”.

Este sentimiento recuerda un poco a uno de los análisis más socorridos sobre la identidad del mexicano, *El laberinto de la soledad*, del poeta mexicano Octavio Paz. El texto es una profunda y cruda reflexión. La respuesta a la que llega es, a grandes rasgos, que el mexicano tiene una lucha constante e infructuosa con la búsqueda de su identidad, llena de dolor, crueldad y —vaya— soledad.

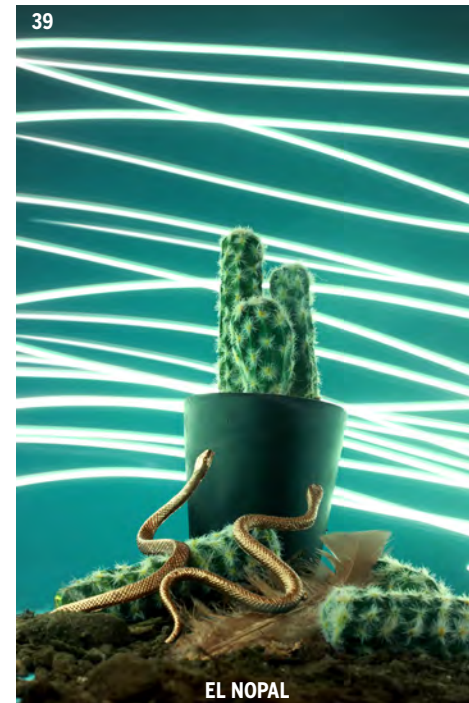
SOMOS MÁS QUE LOS ESTEREOTIPOS

Es posible que algunos extranjeros vean a las mexicanas y a los mexicanos como personas incultas que usan sombreros grandes y que siguen montando un burro para llegar a sus casas.

Incluso algunos connacionales pueden pensar que los mexicanos son flojos, fiesteros y corruptos. A lo mejor, a veces, somos un poco de todo eso pero, a gran escala, la realidad es muy distinta.

En el estudio “Los mexicanos vistos por sí mismos. Los grandes temas nacionales”, publicado por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) en 2015 y compartido por BBC News Mundo, los propios mexicanos desacreditan estereotipos que, durante mucho tiempo, estuvieron muy arraigados.

39



EL NOPAL

46



EL SOL

42



LA MUERTE



EL CAMARÓN

“Antes existían otros estereotipos: la gente decía que el mexicano era borracho, parrandero, mujeriego y jugador... eso ya no aparece”, explica Julia Isabel Flores, del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, y una de las coordinadoras del proyecto.

La investigación, que cuenta con 32 mil encuestas a personas mayores de 15 años, arrojó que 77 % de ellas señalaba la corrupción como la causante de sus problemas económicos. Data curioso a un lado: el 90 % considera la fidelidad como el aspecto más importante del matrimonio.

Entonces ya no nos vemos como deshonestos o como conquistadores de corazones, sino como personas virtuosas, rectas y respetables. Ajá.

Veamos a unas “víctimas” de los estereotipos: los *millennials* son vistos por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) como flojos, chiflados, poco preparados para la “vida real” y extremadamente sensibles... pero la realidad no es tan simple.

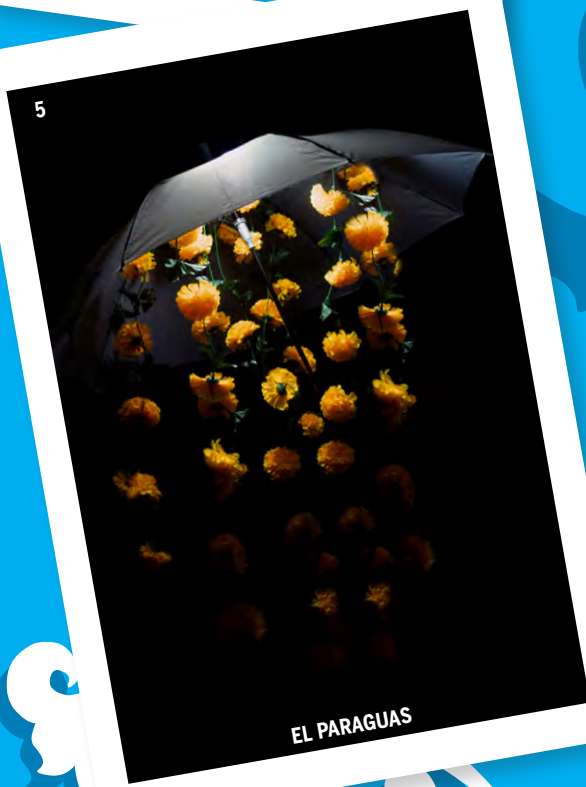
En un estudio llevado a cabo por esta organización entre 2017 y 2018 sobre los estereotipos de los jóvenes en América Latina, en el que participaron 15 mil personas entre los 15 y 24 años, se encontró que la percepción común está muy equivocada.

El rasgo “más característico” de los *millennials* es que son flojos; sin embargo, esta serie de encuestas revela totalmente lo contrario: 41 % de los jóvenes estudia, 21 % trabaja y 17 % hace las dos cosas. Es el 21 % restante el que, al parecer, le da la mala fama a todos los demás, pero incluso ahí las cosas no son en blanco y negro.

“No están siendo bien representados y la mayoría realiza actividades productivas: 31 % está buscando trabajo, 64 % cuida a miembros de su familia y 95 % realiza labores domésticas o ayuda en el negocio familiar. Solamente 3 % de esos ‘ninis’ (ni estudian ni trabajan), aproximadamente el 0.6 % de los *millennials* de América Latina y el Caribe, no hace nada útil a pesar de tener las facultades intelectuales



LA RANA



EL PARAGUAS



LA BOTA



EL SOL

y físicas para hacerlo”, señala Gabriel Plata, el autor del reportaje para el Banco Interamericano de Desarrollo.

Aunque el estudio reveló que no nos fue tan bien en matemáticas en la escuela y que podríamos practicar más el inglés, los jóvenes seguimos siendo optimistas y esto permeó a la siguiente generación, los *centennials*. Es más: es la generación más actual, conectada y woke de todas.

“Seis de cada 10 adolescentes ven a México como un país que avanza y que tiene todo para salir adelante, considerando a su gente y gastronomía como lo mejor que tiene”, reporta Claudio Flores en el estudio de Lexia antes mencionado.

Y así como sus predecesores, los *centennials* también tienen características que no son óptimas, pero se debe tener en cuenta que casi todas las cosas de la vida son dicotomías, matices de gris.

Los ‘ninis’ son un mito: solo el 3 % de ellos no hace nada útil a pesar de tener las facultades intelectuales y físicas para hacerlo. Los demás sí tienen responsabilidades y labores importantes.

LOS VALORES DE LAS NUEVAS GENERACIONES

Está de más decir que México y su gente no la están pasando bien y que tenemos áreas de oportunidad que podemos ver con solo asomarnos por la ventana.

Las cosas no son fáciles y no se puede ocultar la realidad pero, en medio de la apatía que en estos tiempos nos asola, se han sembrado semillas de esperanza que nos hacen imaginar cosas buenas, bonitas y brillantes para el futuro. Como ya lo había dicho, los jóvenes son los primeros en creer en el arcoíris después de la tormenta.

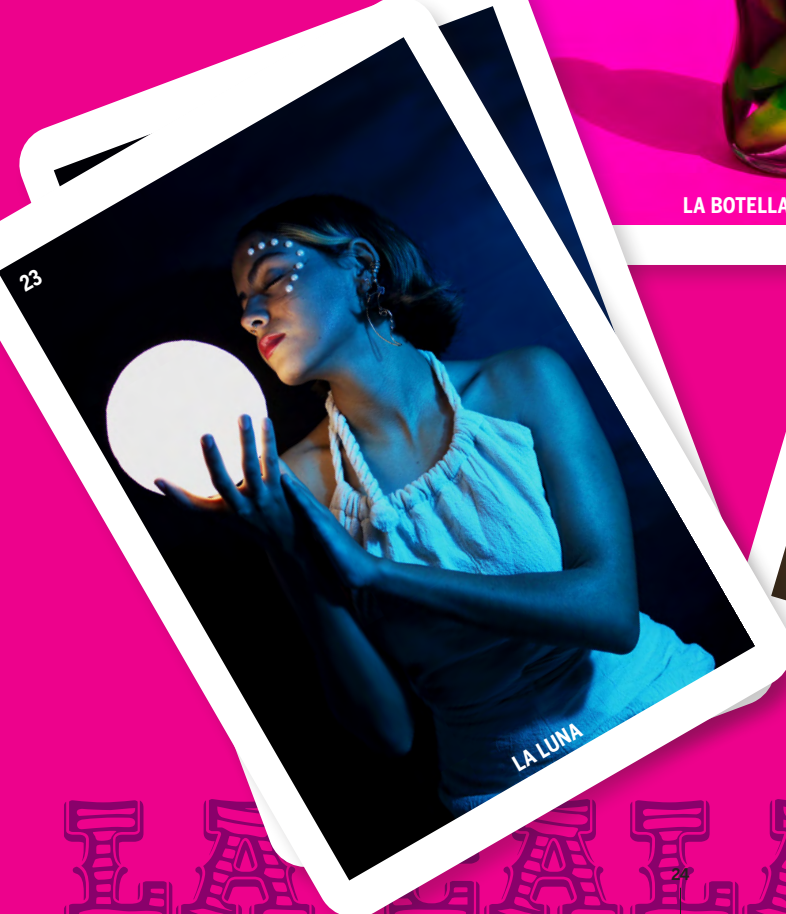
20



EL PÁJARO



LA BOTELLA



LA LUNA



LA MANO

El celular, el internet y las redes sociales son sus herramientas de trabajo. Les falta dinero porque el costo de la vida se encareció y no por igual los sueldos. No tienen familias como antes porque ahora se concentran primero en sí mismos.

MÉXICO ES...

Sí, tal vez los jóvenes mexicanos pasan muchas horas en el teléfono. Sí, todavía no tienen el dinero suficiente para comprar un carro y mucho menos una casa. Sí, se están tardando más en casarse y tener hijos (si es que quieren). Pero estos

Michele Parmelee, CEO global de Deloitte, escribió en 2018 en la revista *Forbes* que percibe un cambio de valores en los *millennials* y *centennials*: son personas que necesitan tener un propósito, trabajan para vivir y no viven para trabajar, aprecian la importancia de las *soft skills* en un mundo enfocado en los datos analíticos y el éxito monetario, acogen y promueven la diversidad y la inclusión, quieren ser felices (y que los demás también lo sean) y —lo más importante— creen en un cambio positivo.

“Para mí estas generaciones más jóvenes no son egoístas y no se creen con derecho a todo. Quieren que el mundo sea un lugar mejor. Valoran las oportunidades, sus trabajos y la mejora de las condiciones de vida para todos. Esperan generar un impacto y buscan aprender las habilidades que los ayudarán a hacerlo”, menciona en el mismo artículo Parmelee, también Chief People and Purpose Officer de Deloitte.

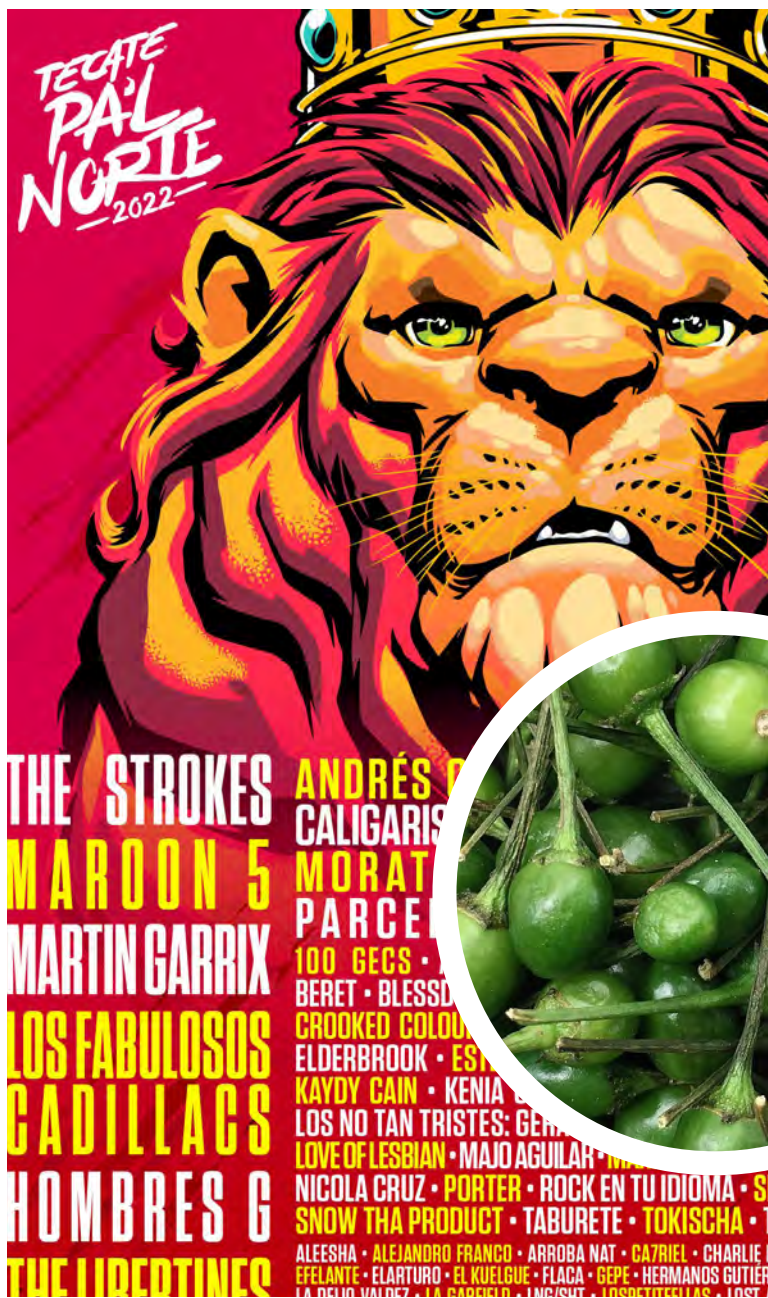
Volviendo específicamente a México, Claudio Flores señala que la juventud es mucho más optimista de lo esperado, con seis de cada 10 adolescentes que perciben avances en México. Además, estos consideran a los mexicanos como personas trabajadoras, respetuosas, responsables, activas y divertidas, y siete de cada 10 jóvenes manifiestan que su esfuerzo será la fuerza que cambiará su vida... y no su país.

comportamientos son el reflejo de la evolución de la sociedad: el celular, el internet y las redes sociales ahora son sus herramientas de trabajo. Les falta dinero porque el costo de la vida se encareció y no por igual los sueldos. No tienen familias como antes porque ahora se concentran primero en sí mismos.

E, igualmente, los jóvenes no son flojos: están enfocados en sus propios intereses. No están chiflados: conocen y demandan el reconocimiento apropiado por su trabajo. No están poco preparados: cultivan las habilidades que son valiosas para ellos. No son extremadamente sensibles: son emocionalmente más inteligentes que ninguna otra generación previa.

Es por eso que, a riesgo de sonar como político en campaña, los jóvenes no son el futuro de México: son el presente y la realidad del país. Así se ve el mexicano del siglo 21, como un joven seguro de sus capacidades, con el temple para enfrentar los retos de los errores de sus predecesores y con la bondad, inspiración y consideración para trabajar en un legado propio que trascienda e impacte a los que vienen. o





SOMOS DEL NORTE

PHOTO: SHUTTERSTOCK

Lo que significa ser norteno en México. Que si la asada, la machaca, la soda y el calor normal de 45 °C. Saber cuándo te la bañaste pero, sobre todo, el orgullo de ser parte de la comunidad del norte de México que es solidaria y trabajadora. La que sabe cómo reunir a su familia y amigos alrededor del carbón. La que sabe ser la mejor.



¿Qué es la norteñidad? Ubicada entre el norte (de más norte, pues) y el centro-sur de México, nuestra región da mucho de qué hablar. En este texto, la autora (norteña de corazón) nos la desmenuza con lujo de detalle.

POR: MARÍA EUGENIA GUZMÁN BÁRCENA.
ESTUDIA 7.º SEMESTRE DE LA LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA. UDEM.



Para Ninfa Vela y Los Herreras, NL

Sin lugar a dudas, México es el país de la diversidad o, como prefiero llamarlo, el país que tiene tanto de chile como de mole.

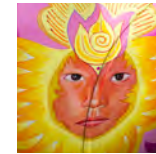
Esta diversidad se ha visto reflejada no solo en su extensa flora y fauna, sino también en la diversidad de su gente alrededor de la República, brindando no solamente una mezcla del entorno natural, sino también una variedad auténtica de tradiciones, comidas y lenguas, lo cual ha dado terreno al desarrollo de diversas subculturas que hoy conforman un rompecabezas mexicano.

Una de estas subculturas es la cultura norteña, una de las más llamativas y complejas que tenemos en el país. Siempre he escuchado que los norteños no somos ni de aquí ni de allá, y algo de razón debe tener este dicho, pues vivir en la línea fronteriza que divide a México de Estados Unidos nos ha regalado un dinamismo de cultura y una forma muy particular

de modos que nos distinguen de cualquier otro grupo demográfico en ambas naciones.

El norte de México está conformado por los estados de Baja California, Baja California Sur, Coahuila, Chihuahua, Durango, Nuevo León, Sinaloa, Sonora y Tamaulipas. Históricamente, el territorio norteño se distingue por sus múltiples fronteras geográficas, económicas y políticas y, paralelo a ellas, se ha convertido en una zona de mestizajes e intercambios culturales que han transformado al norte de México en una mezcla heterogénea de símbolos que comparten su visión del ser humano.

Pero a todo esto, ¿qué significa ser del norte de México? ¿Será que el secreto de su gente se encuentra en las Glorias de Linares y en las esponjadas tortillas de harina? ¿O será acaso en la lírica de Bronco y en los tacos de cabrito? Todas estas respuestas parecen correctas, pero ¿cuál es la verdadera esencia de nuestra pertenencia al norte de México?



Al encontrarnos tan alejados de la capital mexicana nos adaptamos a nuestro entorno, construimos una identidad rica en alimentos, música y costumbres que surgieron de la cultura del centro del país y la del sur de Estados Unidos.

UN ESPACIO VACÍO QUE LLAMAMOS HOGAR

La esencia del norteo se puede encontrar en un sinfín de rasgos y procesos de índole social, cultural y narrativa. Al encontrarnos tan alejados de la capital mexicana, fuimos capaces de adaptarnos a nuestro entorno y no cerrarnos a construir una identidad rica en alimentos, música y costumbres que surgieron de elementos de la cultura del centro del país sumada a la cultura del sur de Estados Unidos. La frontera pasó de ser un espacio vacío (abandonado por la Orden Jesuita durante la Conquista) y se convirtió en un espacio propio, de pertenencia, identidad y simbolismos. Creamos un territorio de afirmación, de trabajo duro y de reconocimiento, bajo una relación bicultural entre lo anglosajón y lo latino.

Todo lo anterior se ve reflejado en la historia de nuestra región árida y fronteriza, la cual rescata elementos auténticos de la época prehispánica respecto a los primeros habitantes que ocuparon las orillas del Río Bravo. Estos se desarrollaron en actividades que proveía nuestra tierra y así, también, dieron pie al desarrollo de la industria que terminó por definir otra parte de nuestra propia identidad cultural.

Ya hablamos mucho de la frontera del norte del país, pero, ¿qué más sabemos de ella? La cultura nortea, de hecho, se ha desarrollado gracias a las relaciones con nuestro vecino estadounidense. ¿Qué tiene que ver? La emergencia de esta subcultura mexicana está relacionada con los eventos políticos desde el siglo 20, los cuales han aumentado la migración, y con ello, la dinámica en afirmación a la mezcla de culturas.

¿EN QUÉ NOS PARECEMOS A ESTADOS UNIDOS?

La dinámica de la migración ha sido siempre un fenómeno desde los inicios de la historia, y el trasplante de una cultura a otra resulta relevante para la creación de subculturas en ambos territorios.

Un ejemplo de lo anterior es cómo la gente de la frontera fue juzgada durante finales del siglo pasado debido a la supuesta pérdida de su identidad mexicana, pues al tener tanta cercanía con Estados Unidos comenzaron a desarrollar fijaciones por eventos tradicionales como el *Halloween* y el *Thanksgiving*. La verdad es que las personas que habitan la frontera viven ambas realidades cotidianamente; debido a eso reclaman de

cierta forma una mexicanidad diferente a los habitantes del interior del país, lo que crea un *mix* cultural solo entendible en ese territorio, pero igual de valioso.

La frontera norte, además del “spanglish” y las efemérides norteamericanas, ha adoptado un sinfín de otros elementos estadounidenses que hoy conforman parte de su idiosincrasia. Entonces, ¿en qué nos parecemos a Estados Unidos?

Primeramente, si nos enfocamos a nivel fronterizo, nuestro parentesco cultural reside principalmente en el estado texano. Regresemos a nuestras clases de historia de cuarto de primaria y situémonos en la independencia de ambos países.

Texas conformaba un estado más en el México independiente después de la batalla de 1810, sin embargo, por intereses económicos y políticos, terminó por buscar su independencia. Después de una serie de eventos inesperados, conformó el estado número 28 en la Constitución de Estados Unidos.

El territorio texano siguió colindando con el territorio norte de México y, a pesar de sus diferencias patrióticas, continuaron desarrollándose uno al lado del otro,

por lo que ambos estados tienen referencias históricas y culturales bastante parecidas. Desde los ritmos *country* con la música nortea, la ganadería, los rodeos y las vestimentas típicas con botas y sombreros.

Aunado a las similitudes culturales específicas, sin duda existen muchos puntos de encuentro entre las tendencias y las similitudes entre la cultura nortea con su país vecino, hablándose ahora sí de forma nacional. Al estudiar sociología, he notado que nos hemos adaptado mucho al modo de vivir y a los esquemas “norteamericanizados”. Hemos rescatado algunos elementos de índole calvinista, la fuerza de trabajo del esquema capitalista y el modelo material consumista —con esto último, la visión de *time is money*—. Ser vecinos de Estados Unidos nos ha llevado a acelerar nuestra cotidianidad y a cambiar, incluso, nuestra perspectiva de vida ya sea de forma negativa o positiva —eso lo dejo a criterio del lector.

GRITANDO O CANTADITO

Ya hablamos bastante de las raíces de nuestro parentesco con Estados Unidos, pero ¿qué tal de México? ¿Acaso



nos parecemos más al otro país? Mi respuesta sería sí y no. Al igual que el caso anterior con Estados Unidos, no es novedad que los estados fronterizos vivan una realidad completamente distinta a la del resto de su propio país.

México es un país extenso de dimensiones y territorios, por lo que esta extensión crea diferencias entre el comportamiento, el desempeño y la idiosincrasia interna de los estados del sur. Un ejemplo de esto es simplemente la forma en la que hablamos el español y el uso de ciertas expresiones lingüísticas. Mientras el norte cuenta con un acento fuerte, donde incluso se hace burla de que hablamos gritando, en el sur se habla muy cantadito y suave. Y esta es solo una de las diferencias notorias que existen.

Con lo anterior en mente, existe una ventaja transfronteriza que, como mencioné hace unos momentos, nos ha heredado rasgos culturales, económicos y sociales del país vecino. Este cambio de perspectivas económicas convirtió al norte de México en un exponente de infraestructura, de opciones laborales y de oportunidad de mercado gracias a Estados Unidos, creando un ambiente más globalizado y más cercano al ámbito internacional para los negocios.

Por otro lado, el sur del país mantiene una riqueza de recursos naturales, por ejemplo el agua y el petróleo, teniendo una economía basada en la venta y repartición de estos. Para entender lo anterior también es importante poner el contexto sobre la mesa. México, al tener una gama impresionante de ecosistemas, fauna, flora y recursos, suele tener una selección de estas por territorios naturales.

Mientras el sur, con un clima húmedo y fresco, tiene una agricultura que se presta a ser variada y rica en alimentos, el norte no cuenta con muchos de esos recursos, pues al tener un ecosistema árido y seco tuvimos que buscar otras opciones para sostener la economía nortea. A partir de esta necesidad, mezclada con factores geográficos como la cercanía con Estados Unidos, tuvimos cierta ventaja para desarrollarnos y posicionarnos como capital industrial a nivel internacional.

Como esta, existen un sinfín de otras diferencias culturales, como aquellas entre estilos de música ranchera y mariachi, dietas alimenticias, preferencia por ciertos equipos deportivos y el estilo de vida en general. Pero así como tienen sus rasgos distintivos, también comparten elementos como país.

Y ENTONCES, ¿QUÉ ES LA NORTEÑIDAD?

Así como existe un parentesco con el sur de la República, también es importante mencionar el parentesco que existe en el mismo norte del país. Hasta ahora nos hemos referido al “norte” de forma muy general, pero ¿existen similitudes entre Nuevo León y, por ejemplo, Coahuila? Si bien suena como un ejemplo muy específico, este se puede extender a niveles generales.

Realmente existe una relación cultural impresionante entre todos estos estados fronterizos, pues además de su influencia norteamericana, es claro que las condiciones climáticas han vuelto este territorio bastante industrial. En estos estados es de lo más común encontrar las tortillas de harina recién hechas, la carnita asada, la carne seca para el machacado y el cabrito al pastor. Así como Nuevo León destaca con sus Glorias de Linares y las deliciosas naranjas, Coahuila tiene cajeta y los dulces de guayaba más ricos del país.

Y después de todo, el tren de pensamiento que atravesamos con el objetivo de definir y explicar la norteñidad, podemos finalizar con la cuestión: ¿entonces nos parecemos más a México o Estados Unidos? Esta pregunta me parece que queda a criterio de cada quien. Existirán

muchos puntos de vista, pero a mi parecer es una realidad que los norteños venimos de chile y de mole, y eso es parte de nuestra esencia inicial y permanente.

La principal riqueza del norte de México, como decía Carlos Fuentes, no son sus recursos industriales que son abundantes, sino la cultura que comparte este mosaico de expresiones artísticas e idiosincráticas: nuestra cultura es multicultural y diversa y está en constante transformación por la gente que la conformamos.

Ser norteño, creo yo, significa las carnitas asadas que sirven para unir a la familia. Significa la franqueza de nuestra habla y nuestra cultura de trabajo ardua y constante. Significa rodearnos de las montañas que enmarcan nuestras casas y también significa el compadrazgo entre desconocidos que los convierte en familia.

Ser norteño viene acompañado de lo miserable del clima en invierno y del aún más miserable clima de verano. Viene acompañado de una cheve bien fría y de unos corridos a todo volumen en los ranchos de la Presa La Boca.

No necesitamos ser de allá ni de acá, porque somos de aquí. Somos norteños, hijos de dos culturas que en nuestro territorio se convierten en una. o



**“Nací en la frontera de acá de este lado
De acá de este lado puro mexicano
Por más que la gente me juzgue texano
Yo les aseguro que soy mexicano
De acá de este lado”.**

Corrido del Norte, Los Alegres de Terán





Tu yo interno puede ser tu mejor guía. O tu peor enemigo. Las historias que nos contamos a diario (desde una corazonada hasta un chisme) guían nuestras vidas.

¿POR QUÉ?

CÓMO FUNCIONAMOS COMO ***STORYTELLERS*** PARA SEGUIR ADELANTE



ILUSTRACIÓN SHUTTERSTOCK



POR:
NAYELI CAROLINA
GARZA LEAL

Estamos rodeados de historias. ¿No te ha pasado que un rumor está en boca de todos? Por ejemplo:

—¿Oye, viste que Sandra se cambió de universidad?

—Yo escuché que había plagiado una parte de su tesis.

—Sí, a mí me dijeron que cometió deshonestidad académica y la expulsaron.

Cosa de todos los días. La novelista Lisa Cron afirma que nuestro cerebro está biológicamente preparado para recibir historias. Es placentero y no es por casualidad, sino porque se debe a una reacción química de nuestro cerebro. El escritor Robert Burton dice que nuestro cerebro se siente obligado a dar una explicación cuando encuentra una relación entre dos o más cosas.

Por ejemplo: no encuentras tu celular por ninguna parte y recuerdas que la última vez que lo viste estabas en un café. Regresas y el celular no está donde lo dejaste. ¿Qué relación hay entre el celular y el café? ¿Qué relación hay entre el celular y las personas que estaban ahí? Comienzas a especular, a formar una historia: ¿quizás el chico que estaba a un lado y que tenía aspecto misterioso se lo robó?. De aquí surgen las historias que nos contamos a nosotros mismos.

Por naturaleza, el cerebro busca una respuesta cuando se le presenta una pregunta. De hecho, la mayéutica socrática, un método educativo creado por Sócrates, se basa en hacer preguntas y cuestionar a una persona para descubrir su verdadero conocimiento.



Cuando creamos una historia en nuestra mente, se podría decir que “conectamos las piezas”, sentimos que nuestra explicación es correcta. Lo anterior activa una parte en nuestro cerebro conocida como el sistema de recompensa. Esta parte se extiende desde nuestro sistema límbico, encargado de las emociones, hasta nuestra corteza prefrontal, responsable de las funciones ejecutivas. Este sistema fue desarrollado en 1950 por James Old y Peter Milner gracias a un experimento con ratas. Ambos concluyeron que somos capaces de ignorar nuestras necesidades básicas de supervivencia por emociones tan intensas que activan nuestro sistema de recompensa. Al activar ese sistema se genera dopamina, la hormona del placer, y tiene el mismo efecto que las adicciones: lo queremos repetir, reforzar.

Es similar a la teoría del aprendizaje que propone Donald Hebb, psicólogo canadiense, donde al momento de haber una conexión neuronal (sinapsis), ocurre el aprendizaje. El placer que origina esa conexión, ese sentimiento familiar de “conectar las piezas”, provoca que lo repitamos.

VIVIMOS DE HISTORIAS

Joan Didion, escritora y periodista estadounidense, establece en su libro *The White Album* (1979) que vivimos de historias. Interpretamos las imágenes que vemos y entre una variedad de múltiples opciones de historias fabricadas por nosotros, seleccionamos la que nos funciona mejor. El *storytelling* nos ayuda a navegar por nuestras vidas. ¿Por

qué? Porque nos apoya en la toma de decisiones. Lee Roy Beach, autor del libro *The Psychology of Narrative Thought* (2010), expone que las historias que nos contamos a nosotros mismos explican el pasado, el presente y el futuro.

Es así como al escanear nuestros posibles resultados o consecuencias a futuro, analizamos cuál opción se acerca al resultado más deseable, y es así como tomamos nuestras decisiones. Por ejemplo, tu carrera a elegir. Comienzas con el típico “si estudio Medicina podré ser un doctor exitoso y ponerme al servicio de los demás, aunque me imagino lo pesado y tardado que será. Por otro lado, si estudio Derecho, me lle-

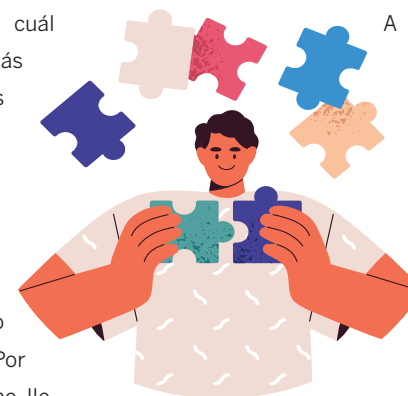
vará menos tiempo, pero también podré ayudar a los demás, ejerciendo como abogado”. Te proyectas y te imaginas cómo te verías en un futuro. Te cuestionas qué es lo que realmente quieres; al final, tomarás una decisión e iniciarás tu proceso de inscripción.

Burton señala que lo que la ciencia no puede explicar, nosotros lo explicamos con historias. Hay cuestiones mucho más complejas que nos llevan a contar historias para darles sentido. La misma ciencia está basada en el *storytelling*, sin embargo, la ciencia nos salva de que esas historias sean falsas o estén equivocadas. ¿De qué forma? Con las hipótesis.

Si recuerdas el método científico, las hipótesis son afirmaciones basadas en observaciones que intentamos confirmar o desmentir a través de la experimentación. En la ciencia se hacen historias (o hipótesis) y se ponen a prueba. Los científicos toman una afirmación que deben de comprobar con experimentos, posteriormente se valida o invalida y se revisa con otros



LO QUE LA CIENCIA NO NOS PUEDE EXPLICAR, NOSOTROS LO EXPLICAMOS CON HISTORIAS.



científicos. Esto es conocido como *peer checking*. Todo lo anterior con el objetivo de asegurarnos de que esas historias (hipótesis) que recogimos sean ciertas o desmentidas, dependiendo del caso.

TU IMAGINACIÓN REVOLUCIONADA (PARA MAL)

A pesar de las razones mencionadas que nos ayudan a salir adelante, no siempre nuestras historias son buenas. Debemos de tener cuidado con las suposiciones. A veces, nuestro cerebro busca su recompensa de dopamina al completar o crear una historia y pasa por alto las “incongruencias” o “cosas incompletas”.

El hecho de no poder realizar una predicción, o en este caso, una historia, reduce la generación de dopamina en nuestro cerebro. Otro ejemplo: hoy pasaste por la universidad y viste a tu amiga a lo lejos y, aunque hacen contacto visual, ella no te saluda. ¿Será que está enojada? Empiezas a crear historias en tu mente: “De seguro se enojó porque no la invitamos ayer al cine”. Debido a esa historia que creaste, la evitas, pero ¿qué tal si esa vez tu amiga no te saludó porque no traía los lentes de contacto puestos y no pudo reconocerte?

Las historias son inherentes al ser humano. Tener una historia completa que explique algo y que haga sentido genera dopamina en nuestro cerebro. Por eso lo repetimos constantemente. Cuando fungimos como *storytellers*, nuestras narraciones internas nos ayudan a tomar decisiones y a comprobar o desmentir hipótesis.

Pero ten cuidado: a veces actuamos frente a suposiciones que, al final, son solo eso: historias creadas por nuestro *storyteller* interno. ○

JOAN DIDION DIJO QUE VIVIMOS DE HISTORIAS. ENTRE UNA VARIEDAD DE HISTORIAS FABRICADAS POR NOSOTROS, SELECCIONAMOS LA QUE NOS FUNCIONA MEJOR.

LO ÚNICO PEOR QUE MARK ZUCKERBERG ES...

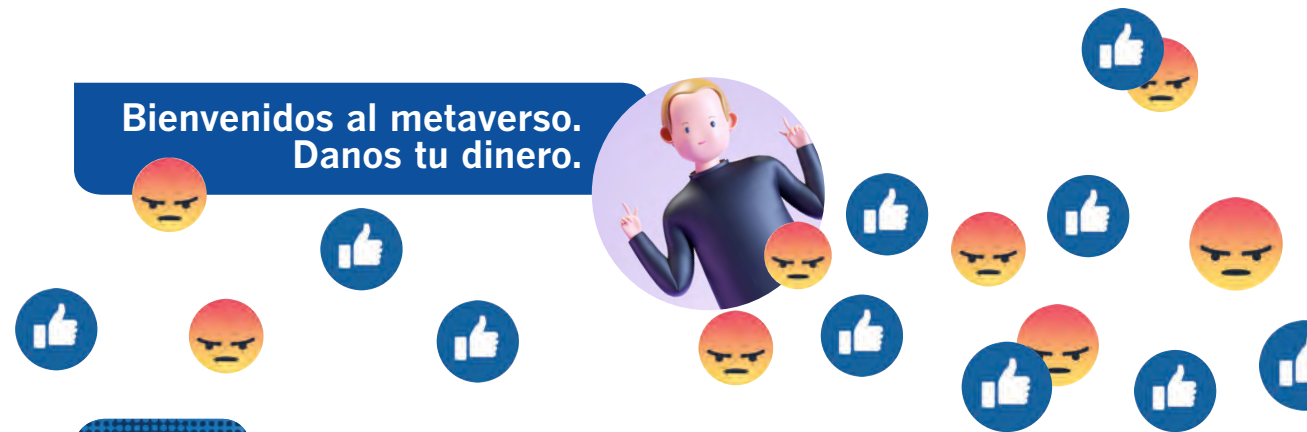


¡UN AVATAR DE

ZUCKERBERG

POR: JAVIER MARTÍNEZ STAINES

Bienvenidos al metaverso.
Danos tu dinero.



Pese a que debe ser uno de los mayores convencidos de que en el universo digital no desaparece ninguno de nuestros rastros, uno podría imaginar que Mark Zuckerberg confía en que ya pocos se acuerden de aquel incidente con Cambridge Analytica que dejó al descubierto el verdadero negocio del fundador de Facebook: vender nuestros datos.

Recordar es volver a vivir: en la segunda mitad de la década pasada, la tristemente célebre firma británica Cambridge Analytica recopiló los datos de millones de usuarios de la red social, sin su consentimiento, para utilizarlos en cuestiones de propaganda política: el referéndum del Brexit y las campañas de Donald Trump y de Ted Cruz, entre otras monerías.

La información fue revelada al unísono por los diarios *The New York Times* y *The Guardian* y, si bien Facebook se desmarcó de inmediato de la operación, Zuckerberg debió testificar ante el Congreso estadounidense y su empresa se hizo acreedora a una multa de cinco mil millones de dólares, impuesta por la Comisión Federal de Comercio. En 2018, Cambridge Analytica se declaró en quiebra en Estados Unidos. Facebook perdió 120 mil millones de dólares de valor en sus acciones. (Recomendamos ampliamente el documental *Brexit: The Uncivil War*, protagonizado por Benedict Cumberbatch).

Pero la vida sigue. Y aunque el señor Zuckerberg y sus huestes hayan construido una misión colosal que pretende justificar el cambio de nombre de Fa-

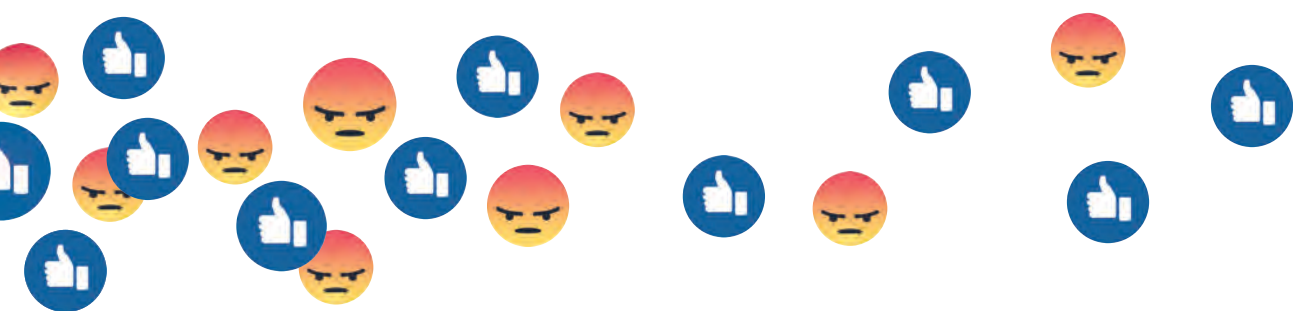
cebook a Meta, ahora como firma sombrilla, parece evidente que todo eso es una estrategia de “limpieza de nombre”, dada la cantidad de presiones y demandas que tiene la compañía, sobre todo en el continente europeo, donde se le acusa de prácticas monopólicas, evasión fiscal y manejo indebido de datos personales. Todo un coctel de esas cosas que no le provocan una sola sonrisa al polémico empresario, a quien de por sí le cuesta un gran esfuerzo sonreír.

Teclea Zuckerberg-Meta en tu *smartphone* o computadora y cuenta el número de sonrisas auténticas de este hombre, y preferentemente hazlo en YouTube para que no le obsequies tráfico a sus plataformas. Por supuesto, no solo intentes contar sonrisas, sino pon atención a todo lo que impulsa con el cambio de nombre. Allí escucharás varias veces la palabra metaverso.

Pero vamos por partes.

EL PODER DE ZUCKERBERG

Al fundador de Facebook le encantaría que lo percibiéramos como un programador y un filántropo. Lo primero, porque lo libera de toda la controversia inicial de haberse robado la idea de la red social de los gemelos Cameron y Tyler Winklevoss, entonces alumnos de Harvard, al igual que Zuckerberg. Muchos años después de litigio en tribunales, finalmente llegaron a un acuerdo, que implicó el pago de 20 millones de dólares en efectivo y 45 millones en acciones de Facebook. Una mínima raspadita, aunque golpe duro al ego, porque detrás hay un reconocimiento tácito de



que Zuckerberg incluyó, sin crédito, ideas de los gemelos, a la vez que provocó retrasos en el lanzamiento de la firma ConnectU, fundada por los Winklevoss. Si tienes buena memoria, recordarás la película *La red social* (2010), dirigida por David Fincher.

El poder de Zuckerberg es innegable y de ahí es de donde parten polémica, cuestionamientos y presiones. De los casi cinco mil millones de internautas en el mundo, la gran mayoría es usuario de redes sociales (4,600 millones). La cifra aumentó 10 % en 2021, con más o menos el mismo tiempo promedio de uso de redes: dos horas y media diarias. De las 10 redes principales en el mundo, cuatro son propiedad de Zuckerberg: Facebook (2,910 millones), WhatsApp (2,000), Instagram (1,478) y Facebook Messenger (988). Solo YouTube, de Google, con sus más de 2,500 millones de usuarios, está en el top 4 conviviendo con propiedades de Zuckerberg.

Aunque hay variaciones por edades, es importante hacer notar que existe un enorme efecto de traslape en redes. Es decir, el mundo de los usuarios únicos prácticamente no existe. Entre los 16 y los 34 años de edad, la gente usa ocho redes sociales en promedio.

“EL METAVERSO ES EL SIGUIENTE PASO EN LA EVOLUCIÓN DE LAS CONEXIONES SOCIALES. LA VISIÓN DE NUESTRA EMPRESA ES AYUDAR A HACER REALIDAD EL METAVERSO”.

Entre los 35 y 54, la cifra baja a siete. Después de los 55, a cinco. Es importante considerar esto porque, contra lo que se ha especulado recientemente, Facebook no está perdiendo usuarios. Si acaso, crece con mayor lentitud. Si en 2011 tenía 800 millones de usuarios activos al mes, en el tercer trimestre de 2021 la cifra ascendía a 2,910 millones, de acuerdo,

por supuesto, con los propios reportes de Meta a sus inversionistas, pero que no parecen ser desmentidos por nadie en la industria.

En el caso específico de México, de los 131 millones de habitantes, 97 millones son usuarios de internet, mientras que 120 millones tienen conexión móvil. Casi 80 % de los mexicanos son usuarios de alguna red social (102 millones): 89 millones son usuarios de Facebook, el quinto país del mundo en volumen, después de India, Estados Unidos, Indonesia y Brasil.

En cuanto a usuarios de Instagram, México es el octavo, después de esos mismos países, Rusia, Turquía y Japón. En Messenger, México es el tercero, solo después de India y Brasil. Es decir, el mundo baila al ritmo social que marca Zuckerberg en sus distintas plataformas. Y ahora está dando un paso más, que promete no ser chiquito: el metaverso.

EL METAVERSO COMO BANDERA

En el anuncio del cambio de nombre de Facebook a Meta, Zuckerberg apareció a cuadro, mostrándole al mundo lo que su propio avatar podía hacer en un uni-

verso paralelo. La definición fue la propia justificación: “El metaverso es el siguiente paso en la evolución de las conexiones sociales. La visión de nuestra empresa es ayudar a hacer realidad el metaverso”.

Cierto. A fin de cuentas, la nueva palabrita, que irrumpió en el diccionario de las aspiraciones globales, supone que los espacios en 3D llevarán a otro nivel



nuestra experiencia de vida digital, sea para aprender, colaborar, socializar, jugar y hacer negocios. En un video de hora y cuarto, con el muy ensayado atuendo negro, el fundador de Facebook lanza una larguísima perorata encaminada a seducirnos para que entremos todos a una nueva dimensión, con la consigna de mostrarnos cómo se

mirará el futuro: un juego de ajedrez y otro de ping pong, a distancia, que parece ser real; videojuegos “presenciales”; toda una gama de viajes que parecen astrales a donde nos dé la gana, en casas, oficinas, hoteles y espacios paradisiacos en los que podemos estar presentes a un clic de distancia; mariposas tecnicolor que vuelan a nuestro alrededor de nosotros; instructoras de yoga que aparecen en el cuarto justo enfrente de nosotros... todo aquello que ya existe en el mundo real, pero que aparecerá paulatinamente en el espacio virtual. La realidad virtual y la realidad aumentada, más allá de la pantalla, con un coctel tecnológico más avanzado de realidad mixta que nos hará creer que todo eso es real: lentes inteligentes a 2.99 dólares, hologramas milimétricos, avatares y todo tipo de plataformas de nueva generación.

Eso sí: nada peor que un avatar de Zuckerberg explicando, junto con el Zuckerberg real, lo muy generoso que es y lo mucho que piensa en nosotros, para que podamos mantener nuestra conexión social con nuevas herramientas, tecnología centrada en poner lo más importante en el centro de todo: el ser humano. Sí. Esa es la ambición. Todos fuimos felices para siempre. Fin de la historia. Música emotiva y lágrimas de felicidad.

En algún punto de su discurso, Zuckerberg habla de algo que resulta más difícil de creer: encontrar el modelo de negocios y mostrar apertura y humildad para trabajar con

AL FUNDADOR DE FACEBOOK LE ENCANTARÍA QUE LO PERCIBIERAMOS COMO UN PROGRAMADOR Y UN FILÁNTRORO.

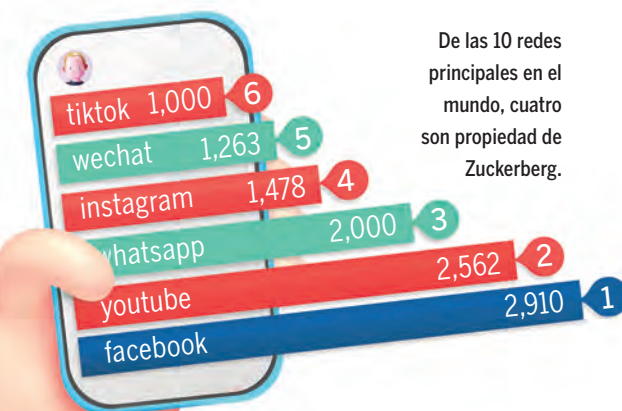
quienes sean que estén trabajando para hacer realidad el metaverso.

El problema es que la experiencia nos dice otra cosa: Facebook no colabora. En realidad, ejerce su poder económico y compra. Quien no se deja vender, es aplastado. A Zuckerberg no le gusta la competencia. La colaboración, si acaso, está en Facebook, Messenger,

Instagram, WhatsApp, Oculus (productos de realidad virtual), Workplace (herramienta de comunicación e interacción laboral), Portal (videollamadas bajo plataformas de inteligencia artificial) y Novi (billetera digital). Todas esas empresas conforman Meta.

En su libro *No Filter: The Inside Story of Instagram*, Sarah Frier documenta precisamente el *modus operandi* de Zuckerberg y su equipo: el modo en que el fundador de Facebook bloquea la operación de compra de Instagram por parte de Twitter y la oferta de mil millones para echarse a la bolsa a la *app* de fotografías.

GRÁFICA 1
Las redes sociales más usadas a nivel mundial

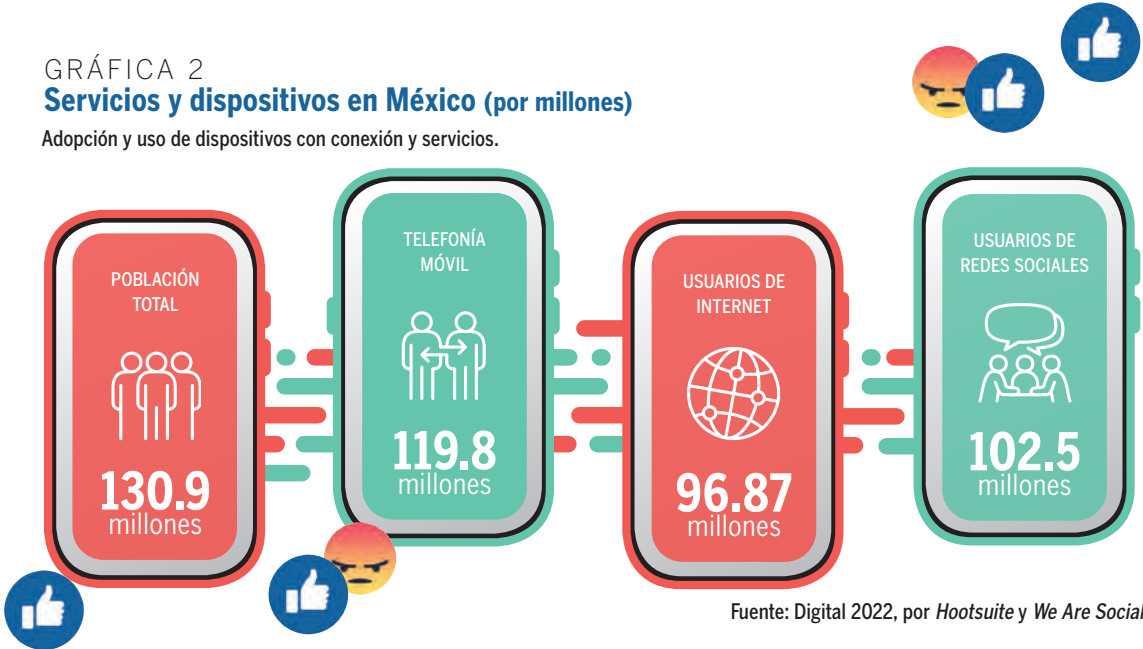


De las 10 redes principales en el mundo, cuatro son propiedad de Zuckerberg.

Fuente:
Digital2022, por Hootsuite y We Are Social

GRÁFICA 2
Servicios y dispositivos en México (por millones)

Adopción y uso de dispositivos con conexión y servicios.



Fuente: Digital 2022, por Hootsuite y We Are Social

La periodista de *Bloomberg* narra la gran lucha de los fundadores de Instagram, dentro de Facebook, para mantener la independencia y la integridad de su marca, en una historia de engaños y manipulación. Las *Big Tech* no tienen otro interés que comer de un bocado a rivales de menor tamaño. No sorprende que Kevin Systrom y Mike Krieger, fundadores de Instagram, hayan arrojado la toalla y salido de los cuarteles generales de Facebook, en Menlo Park, muy decepcionados del camino que tomó la empresa en manos de Zuckerberg.

En donde no estuvieron (ni están) las prioridades es en dos palabras clave: seguridad y privacidad. Pese a que Meta subraya que trabajará con expertos en los gobiernos, industria y academia para explorar todo tipo de oportunidades y riesgos en el metaverso, la realidad es que hay ya una contradicción inherente: mientras Zuckerberg y su avatar hablan de que la empresa lleva años invirtiendo muchos recursos en “la creación del metaverso” y todas sus posibles aplicaciones, el fraseo de la colaboración con gobiernos, otras empresas y entidades académicas se mantiene en tiempo futuro: “lo haremos”. Y ocurre que menciona cuatro áreas fundamentales en términos de riesgos en

las que “trabaja (en algún momento del futuro, pues) con otros para hacerlo correctamente”: oportunidades económicas (fomentar la competencia y dar más libertad de elección a la gente), privacidad (minimizar la cantidad de datos que se piden, dar transparencia y facultar modos de proteger la información), seguridad e integridad (otorgar herramientas que ayuden a la gente a tomar acción si ven algo con lo que no se sienten cómodos); y equidad e inclusión (tecnologías accesibles e inclusivas). *Yeah, right*, Mr. Zuckerberg. Todo sea para que usted se posicione como el gran pionero de todo este nuevo movimiento.

EL GEMELO DIGITAL DEL MUNDO FÍSICO

Dicho de la manera más sencilla posible, el metaverso es un conjunto de espacios virtuales en los que se puede crear y explorar junto con otras personas que no están en el mismo espacio.

Si atendemos a lo que dice Daniel Miller, profesor de Antropología del University College de Londres, cada vez es más difícil distinguir la vida real de nuestras vidas digitales. “El teléfono inteligente ya dejó de ser un dispositivo que usamos para convertirse en un

lugar donde vivimos”. Replicamos ya rutinas, intereses y obsesiones en el mundo digital, muchas de ellas impulsadas, qué remedio, por la pandemia global del Covid-19, que nos sumergió en el confinamiento desde marzo de 2020.

Wunderman Thompson, la agencia inglesa exploradora de tendencias, en su reporte “Into the Metaverse”, llega al grado de hablar de “metasociedades”, como una realidad digital que refleja los “mejores” valores y estándares de nuestras vidas físicas. Como señala ahí Daren Tsui, CEO de Together Labs: “Imaginemos que creamos una nueva sociedad *online*, haciéndolo bien desde el día uno”.

Utopías a un lado, ese lugar donde nuestras vidas físicas y digitales convergen ofrece muchas posibilidades, comenzando por la explosión de creatividad que implica. De ahí que en el último año, las búsquedas del término en Google se han multiplicado al infinito y medios como *The New York Times*, *The Washington*

a las marcas a crear versiones virtuales 3D de sus productos. Que TikTok haya anunciado su propia plataforma de desarrollo AR, bajo el nombre de TikTok Effect Studio. Que el chip del Google Pixel 6 esté diseñado para exponer las experiencias AR. Que Apple esté desarrollando auriculares VR. Y más.

“El metaverso existirá una vez que lo que hagamos digitalmente esté completamente conectado. Es una extensión de nuestras vidas físicas en el reino digital”, dice Kerry Murphy, CEO de The Fabricant.

Carolina Arguelles, de Snapchat, abunda: “El metaverso es el área donde puedes tomar, ver e interactuar con cosas que están tanto en el mundo físico como en el digital”.

Es decir, el metaverso es el gemelo digital del mundo físico. Experiencias virtuales, economía virtual. Siempre conectados. Como lo explica Josh Rush, CEO de Surreal: “Es una conexión total de las dimensiones



Post y *The Guardian* han incluido muchos artículos explicativos con sus probables implicaciones. Es evidente que fue Zuckerberg (y su avatar) quien, tras cambiar el nombre de su empresa, puso la atención en la palabra.

Independientemente de las generaciones, la gente admite que sus vidas sociales, herramientas de trabajo e, incluso, su felicidad y bienestar dependen de la tecnología. Así ocurre con 80 % de los *millennials* (27-41) y los *centennials* (16-26). No sorprende, pues, que la quinta parte de los colaboradores de Facebook trabajan en desarrollos de realidad aumentada (AR) y realidad virtual (VR) dentro de la división Reality Labs. Ni que Snapchat haya adquirido Vertebrae, que ayuda

tridimensionales del internet, un mundo virtual que existe más allá del análogo. Pero no hay una sola compañía u organización que pueda medir o limitar lo que la experiencia pueda o deba ser. Todos estamos en ese momento *Big Bang* donde la creación y la conciencia del metaverso está naciendo”.

Una más: “El metaverso es donde tu persona física y tu persona digital se vuelven una realidad unificada”, Alexander Fernandez, CEO de Streamline Media Group.

¿Existe ya el metaverso? No, realmente. Lo que inicia son las semillas de lo que pronto comenzaremos a ver y vivir. Toda una galaxia de posibilidades y oportunidades. Apenas la punta del iceberg. ○

Todos Somos Famosos



Estás a solo un *post*, un *reel* o un video en TikTok de hacerte viral y ser tendencia en redes sociales. Si todos tenemos la oportunidad de hacernos famosos, entonces ¿alguien es realmente famoso en la era de la fama masiva?

POR: NURIA BALLESTEROS



FOTOS: SHUTTERSTOCK



Chris Hayes, anfitrión de la cadena televisiva MSNBC de Estados Unidos, escribió un artículo en la revista *The New Yorker* con una idea arriesgada: todos somos famosos. Y, aunque suene ególatra y raro decir eso, de una u otra forma es cierto. Las redes sociales han creado este espacio en el que todos estamos a un *post*, *story*, TikTok o tuit de volvernlos virales y, por ende, famosos.

Ahora, si todos somos famosos, ¿no sería que nadie lo es porque todos lo seríamos? Correcto, pero como Hayes plantea esta pregunta, esta fama no la tendremos todos, pero sí viviremos con el fantasma de la posibilidad. Y para el propósito de este artículo debemos aclarar que lo que permite este fenómeno es parte de lo que podría considerarse el internet “bueno” y el “malo”.

El “bueno” implica abrir las puertas para tener muchos contactos que no podríamos tener de otra forma, es decir, conectarnos con amigos, familia y conocidos que viven en otros países. Vaya, usar internet como medio para mantener relaciones humanas. Si subimos una foto de nuestra nueva mascota, la pueden ver y así seguir las novedades de nuestra cotidianidad.

El “malo” es el que nos permite sumergirnos en un mar de personas, de las cuales conocemos a lo mucho al 1 %, y que de repente estamos a un mensaje o comentario de distancia de todos. Esto tiende a sacar el odio y el disgusto colectivo, generalmente acaba en fricciones y hasta en cosas que ni imaginamos. Piénsalo así: antes no te hubieras enterado del *fail* de una propuesta de matrimonio salvo que fuera el de un amigo tuyo. Ahora puedes ver el video de Jack (un completo desconocido) todas las veces que quieras.



Chris Hayes

AMOR NO CORRESPONDIDO

El efecto de tener miles, millones de *likes*, reacciones a tus videos y comentarios de personas desconocidas,

en lugar de recibir los de tus cinco mejores amigos y tu tía, tiene un efecto embriagador. Muchos de nosotros estamos buscando, de forma directa o indirecta, validez en este extraño lugar llamado redes sociales. Y que realmente no puede darnoslo. Atención tendremos siempre, por supuesto. Por eso cada actualización nos hace saber cuántos nos ven o nos permite más interacción. Esto es simplemente ser vistos, pero el reconocimiento va más allá: es ser vistos y comprendidos.



EL EFECTO DE TENER MILES DE REACCIONES A TUS VIDEOS Y COMENTARIOS DE PERSONAS DESCONOCIDAS, EN LUGAR DE RECIBIR LOS DE TUS CINCO MEJORES AMIGOS Y TU TÍA, TIENE UN EFECTO EMBRIAGADOR.



LA IDEA DE LA FAMA “BUENA” ES GENERAR MOVIMIENTOS QUE MEJOREN LA SOCIEDAD.



Si somos honestos, al momento de contar la viralidad, no conocemos ni nos interesan las personas que están al otro lado de la pared virtual. El “numerote” de miles de vistas o comentarios es lo que nos interesa, lo que nos hace sentirnos “vistos”, “validados”, “interesantes” y “populares”. Es una sensación hueca y falsa. Rodearse de *likes*, *emojis* y mensajes satisface exclusivamente el medio para el que fueron creados. No es conexión, es atención. Y lo más importante, es dejarnos ver.

TODOS SOMOS ESPÍAS (EN POTENCIA)

La cantidad de contenido que generan las personas promedio alrededor del mundo es excesiva. Y la privacidad es cuestionable. El volverse famosos es permitir la entrada a nuestra vida (privada). Si alguien postea algo que se vuelve viral abre la puerta, sin pensarlo, a que en dos segundos podamos echarnos un clavado para ver toda su información en Facebook, Instagram, TikTok y otras plataformas.

Una persona común y corriente puede convertirse en un espía nivel experto y, a la vez, compartir mucha información que cualquier extraño podría ver. El internet malo se encargará de ubicar dónde, cuándo, quién, por qué y qué, las preguntas básicas para conocerte.

UN JOVEN DE 16 AÑOS TIENE SUFICIENTES HERRAMIENTAS PARA VIGILAR, COMO UN ESPÍA SOVIÉTICO, A QUIEN SEA.

Se dice que un joven promedio de 16 años tiene suficientes herramientas para potencialmente vigilar, como un espía soviético, a quien sea.

Y no se trata de que ahora seas paranoico, sino de entender cómo hay más información en internet de la que había hace décadas y que está disponible 24/7. Aunque pienses en cambiar tu perfil a privado o borrar el *post* viral, seguro lo que te hizo saltar a la fama quedará guardado. Por ejemplo, en un contenido de otra persona (tuit, *post*, *story* o publicación) que tomó una captura de pantalla del tuyo para publicarlo... y se guardará en la memoria colectiva, cual meme.

Las redes también tienen un lado positivo en el que, si sabemos manejar esta “fama” posible, podemos llamar la atención y usar esa viralidad (y esa exposición voluntaria) para causas importantes, como reunir fondos sin tener que conocer a todos. La idea es generar movimientos que aporten para mejorar la sociedad y atraer miles de comentarios y conversaciones necesarias para el cambio social.

Lo importante es ser conscientes de cómo funciona la viralidad para usarla de forma adecuada y no dejar que afecte nuestra salud mental al disfrazarse de validez en una fama vacía. ○



OMG:)



Rituales personales para recuperar la calma

Hay noticias que nos sacuden y, acto seguido, se nos quita el sueño, tenemos pesadillas y parece que perdemos una parte de nuestro cerebro que ahora se dedica a darle vueltas al tema en el fondo de nuestros pensamientos. El caos del mundo se extiende al interior.

POR: NURIA BALLESTEROS

Recurrir a los rituales, esas rutinas predecibles y constantes, ayuda a reducir nuestra ansiedad. Estos actos en secuencia nos dan un grado predecible a un futuro incierto. Piensa en los deportistas.

Así que si ya hiciste todo lo que podías para ayudar o es una situación mundial en la que no puedes intervenir, no te angusties más. Sigue estas actividades para calmarte, distraerte y crear tus propios rituales.



CORPORAL

El ritual obvio es el ejercicio, pero no lo hagas solamente para resolver tus dudas existenciales. Concéntrate únicamente en tu cuerpo, en cada músculo y en lograr el reto que te propones.

Plan B: ponte tu playera favorita, los aretes que te regaló tu amiga o los tenis que compraste en tu cumpleaños. Prende esa vela que huele delicioso. Siéntate en un lugar sin ruido. Conecta contigo y concéntrate en lo que tus sentidos perciben. Deja que el tacto, olfato, gusto, oído y vista tomen el control.

MENTAL

Mantén tu cerebro en el orden que está acostumbrado: el café a la misma hora, el pan a mediodía, 10 páginas de lectura antes de dormir... Estos actos que pasan desapercibidos día a día pueden ayudarte a sentir que las cosas marchan como deben.

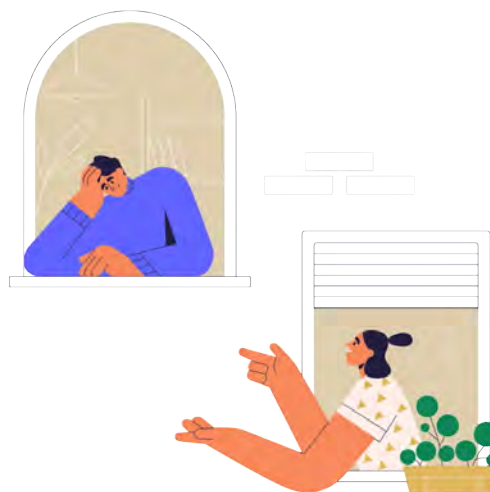
Aplica el *brain dumping*. Es una técnica en la que escribes, al principio o al final del día, los pensamientos y pendientes en una libreta o papel. Así los “descargas” de tu mente para aliviar tu ansiedad y poder concentrarte en tu día o dormir bien. Luego, cuando termines tu tarea o trabajo, puedes regresar a ellos.



EMOCIONAL

Permite por un momento sacar lo que sientes, pero de una forma tranquila. Ya sea que lo anotes en una libreta, o en un post-it, lo importante es liberar el sentimiento y no dejar que viva gratis en tu cabeza.

Comparte tu sentir. Sí, leíste que esto era personal, pero si sientes que el caos es muy abrumador para lidiar con él, tomarte un té o hacer una actividad relajante con un/a amigo/a puede ser el bálsamo que necesitas. ○





Resiliencia EL MEJOR REGALO QUE PUEDES RECIBIR... espiritual:

...Y UNO QUE TE PUEDES DAR TÚ MISMO.
ESTA REFLEXIÓN A CUATRO MANOS TE PUEDE AYUDAR
A ENTENDER CÓMO ENCONTRAR LA FUERZA INTERIOR.

POR:

JOSÉ AGUSTÍN GUTIÉRREZ, EXAUDEM ('22) DE MEDICINA /
ALEJANDRO GONZÁLEZ, COLABORADOR DE DIPRI. UDEM

Durante mucho tiempo me equivoqué en lo que, creía, significaba vivir (ser como otros o de acuerdo con lo que me decían que debía ser). Cuando por fin empecé a vivir tratando de ser yo mismo, buscando dentro de mí lo necesario para construir mi mejor versión, descubrí entonces por qué las cosas no salían como yo quería. Constaté que, por más que trabajara y me esforzara por algo, o que superara mis límites y venciera mis miedos, la vida seguía siendo cuesta arriba, difícil.

Mi error fue compararme con otros, con los demás, y pensar que lo estaba haciendo mal porque no checaba con lo que otros esperaban y querían de mí. Al mismo tiempo sentía la dificultad de tomar la vida en mis manos y, como consecuencia, ser responsable de lo que decidiera.

Me frustraba vivir esa ambigüedad que me resultaba muy cansada; sentía que algo faltaba, que no había encontrado el secreto para hacer las cosas de tal forma que mi vida tuviera sentido para mí, no para los demás. Pero algo me sucedió estos dos últimos años, favorecido por la pandemia. Me lancé a un viaje profundo en mí, en el que logré descubrir lo que me ha dado más paz que todo lo que recuerdo en mis años anteriores: experimentar que si la vida es difícil no significa que lo estás haciendo mal; de hecho, puede significar exactamente lo opuesto.

LIBERTAD EN LA SELVA

Cuando la vida es difícil porque la tomas en tus manos, es un indicador de proceso que te dice que estás haciéndolo bien. Cuando por fin empiezas a vivir, ves de golpe que hay retos a superar, fantasmas a enfrentar y cosas que simplemente no controlas y que debes aprender a convivir con ellas.

Cuando empecé a vivir con esta nueva visión me sentí como un tigre que había roto las barras de su jaula y por fin escapaba a donde pertenece: la selva. Pero cuando llegó a ella, descubrió que no había caminos bien formados, que había mucha maleza, animales que no sabía que existían y miedos que nunca imaginó que brotarían. Pero, por primera vez, se sintió libre. En la selva (con obstáculos y miedos), pero en su selva, en su camino, en su vida.

El tigre empezó a recorrer el terreno y, de pronto, se topó con la oscuridad. No sabía qué hacer ni cuál camino tomar. Una parte de él deseaba que se lo indicaran, pero volteó atrás y lo único que vio fue la jaula donde había escapado. Y todo su ser gritó: ¡no!

Se escuchó. Sabía que su corazón le exigía seguir adelante. Lo hizo. Y salió lastimado. Sabía con toda la certeza del universo que ser él mismo era mil veces mejor, sin importar la herida que le provocara la selva desconocida (la vida). Pero ahora, ¿qué hacer? ¿Cómo sanar, levantarse y seguir viviendo?

MÁS VALE CAMINO MAL CONOCIDO QUE BUENO POR CONOCER

En ese proceso narrado por la metáfora anterior fue que descubrí una de las aliadas más grandes que me ha acompañado desde siempre, y que nunca dejaré de necesitar. La veo como una persona hermosa. Es tierna, pues nunca se impone o me fuerza; esa persona conoce el doloroso proceso que es aceptar y abrazar confiando en medio de la incertidumbre. Pero, al mismo tiempo, es una guerrera más fuerte que mil toros juntos. Algunos la llaman adaptación, otros la conocen como fortaleza, yo la llamo resiliencia... podrían ser las tres juntas.

Y es curioso, porque cuando pienso en resiliencia, lo que se me viene a la mente es la fuerza trascendente que la sustenta: el amor. Creo que ese es el torrente que pasa dentro de mí y no lo veía. Crecí creyendo que tenía que merecer el amor de mis padres y de los demás, y dependía de mis acciones ser amado o no. Crecí creyendo que tenía que cumplir las expectativas de otros sobre mí para poder llegar a sentirme bien y ser feliz. Antes trabajaba para “merecer” el amor y reconocimiento de otros.

La verdad que descubrí fue que ese amor corre dentro de mí, es un regalo que recibí por el simple hecho de vivir y compartir la naturaleza humana. Ese amor me precede, en él vivo y participo, lo merezca o no, es gratuito. Es el mejor regalo que puedo recibir. Cuando lo descubrí así, me di cuenta que, precisamente cuando la vida es difícil, puedo abandonarme en esa fuerza que me sustenta e impulsa.

Cuando tenía una idea equivocada sobre lo que es la vida (retos, competencia, salto de obstáculos, imponerme y superar a los demás), ni siquiera tenía tiempo o ganas para voltear hacia el amor, menos valorar su importancia. Si lo que esperaba eran las miradas y juicios de los demás que parecían descalificarme, claro que no quería moverme de mi zona de seguridad (por más precaria que fuera), puesto que lo desconocido no podía ser mejor que lo poquito bueno que había en mi

PEQUEÑO QUIZ PARA CONOCERTE MEJOR

- ¿Qué aprendí sobre mí en estos dos años de pandemia?
- ¿Conozco lo que dentro de mí me da fuerza para luchar contra las adversidades?
- ¿Tengo un sistema de valores propio que me impulsa a construir la mejor versión de mí mismo/a?
- ¿Qué es para mí tener vida interior?

contexto de vida anterior (“más vale camino mal conocido que bueno por conocer”). No me podría dar lo que realmente buscaba, pues es algo diferente y mejor.

Cuando entras en la profundidad de ti mismo y descubres esa dimensión que te trasciende, te das cuenta de que hay un potencial infinito, una fuerza que te atrae a ir más allá de los límites si estás dispuesto a lanzarte con confianza hacia adelante. Aceptas que una fuerza real te sustenta y permite verte como parte de un todo por el que estás envuelto. Alcanzas a ver una luz frente a ti, no con mucha claridad, pero sí atractiva; que te impulsa a continuar y ascender en lugar de echar atrás el camino por la inercia del pasado.

Vivir tomando decisiones hacia adelante no es fácil, especialmente cuando no ves claro. Pero, si la vida antes fue difícil y te dejabas impulsar por esa fuerza interior confiando en ella a pesar de la incertidumbre, percibes con seguridad la inmensidad del universo al que perteneces, y podrás mirar confiado el futuro con todas sus posibilidades. Esto facilitará bajar la guardia y descansar. Descubrirás que esa fuerza universal, el amor, está presente en ti. Que no solo es el torrente que te trajo a la vida y te impulsa, sino la fuerza que te acompaña.

También es la meta del viaje de tu vida. En definitiva, resiliencia es la capacidad de ver todo esto y no dejarte tumbar por las dificultades concretas y pasajeras. Consiste en descubrir el torrente que te soporta, acompaña e impulsa, pudiendo así sortear y vencer todos los obstáculos y complicaciones del camino.

SOMOS COMETAS

El error que cometí muchas veces, y que puede pasarte a ti, es pensar que el amor es algo externo y muy difícil de alcanzar. Que es una bonita idea que te mueve en momentos de exaltación, pero es fugaz y desaparece. Incluso, en ocasiones hasta llegas a pensar que es un mito inalcanzable, y en la práctica eso te hace sufrir ante las frustraciones concretas de la vida. ¡Qué equivocación tan grande!

Encontrar el amor dentro de mí como ese río impetuoso, pasión y energía para enfrentar dificultades y lograr encararlas y superarlas con la fuerza de todo lo positivo que hay en mí. Fue mi *¡Eureka!*. Me di cuenta que la solución está literalmente conmigo en la arena de la vida, peleando dentro de mí, por mí y conmigo. No es una fuerza exterior que hay que conseguir o comprar, sino algo dentro de mí a quien simplemente debo abrirle la puerta y dejarlo actuar. Cuando sufro, sufre conmigo; cuando caigo y me levanto, lo hace conmigo. Cuando la vida me golpea, comparte mi dolor; cuando me rompen el corazón, también lo sufre igual. Cuando me abandonan, se mantiene a mi lado. Estoy conectado con el amor porque soy un ser humano. Es el regalo que compartimos todos por igual, en fuerza y efectividad, si lo dejamos actuar. Ser consciente de esta posibilidad y vivirla, eso es para mí es ser resiliente.

Descubrir la fuerza interior del amor que nos impulsa es cortar el hilo que nos mantiene atado al suelo. ¡Da muchísimo miedo hacerlo! Todo lo que nos daba seguridad está allí, en el sedimento y a eso estás atado. Pero cuando nuestra seguridad está puesta en el propósito de vida, en lograr nuestra mejor versión, entonces cortar el hilo es lo que nos hace libres. Libres de ser la cometa que queremos ser y de ir a donde nosotros y nuestros valores nos impulsen, empezando por la búsqueda de la verdad sobre nosotros mismos.

Tú no fuiste hecho para quedarte en el suelo. Fuiste creado para volar. Como una cometa.



DEL

“NO ME GUSTA MI CUERPO”

¿Cómo controlamos las redes sociales y no ellas a nosotros/as? Una guía práctica para ganarle al apabullante mundo digital.

POR: NICOLÁS CAMPODÓNICO.
DIRECTOR DE POSGRADOS EN
PSICOLOGÍA. UDEM.

No es una novedad decir que, en la adolescencia, los dispositivos digitales forman parte integral del mundo social. Los adolescentes convirtieron esta herramienta en un espacio donde forman y construyen casi todas sus relaciones, configuran su identidad y conocen el mundo que los rodea (a metros o cientos de kilómetros de distancia).

Pero no solo eso. Estos dispositivos son artefactos disparadores de sensaciones negativas y preocupantes y hasta paradójicas, como el FOMO (*Fear Of Missing Out* en inglés y que es el miedo a perderse de algo). La expresión describe una nueva forma de ansiedad, surgida con la popularización del celular y las redes sociales, una necesidad compulsiva de estar conectados.

Las redes demandan a todos los que se encuentran insertados en ellas, según el grado de involucramiento,

29 % DE LOS ADOLESCENTES SIENTE MUCHA PRESIÓN PARA VERSE BIEN EN LAS REDES SOCIALES.

una participación y exposición constante de sus vidas. Si bien es una opción y no una imposición, los estudios demuestran que la gran mayoría de las personas, y en especial los jóvenes, están inmersos en alguna de todas las redes que existen en forma intensa y periódica.

Hay que agregar también a la ecuación a los *influencers* en todas las plataformas (Instagram, YouTube, Twitter o TikTok) y sus efectos negativos, como el impulso de baja autoestima y ansiedad que aparecen en sus seguidores. Una de las razones es el canon de belleza establecido por la sociedad, representado por la gran mayoría de las y los *influencers* activas/os.

LA “HAPPYCRACIA”

Un informe publicado por *The Wall Street Journal* sobre este tema enfatiza cómo Facebook es particularmente nocivo para mujeres adolescentes y cómo las comparaciones en Instagram pueden cambiar “la forma en que las jóvenes se perciben y se describen a sí mismas”. Esto, como sabemos, reposa en la creación de un imaginario, de cómo debe ser la vida, y genera

A

“TENGO EL PODER”



un arquetipo corporal a partir de lo que ven en el feed de Instagram. Por ende, crea una “happycracia”.

Según una encuesta del Pew Research Center, 29 % de los adolescentes siente mucha presión para verse bien en las redes sociales y 28 % siente alguna presión para encajar socialmente. He aquí un aspecto paradójico, porque pinta una imagen en la que cierta estética y felicidad parecen alcanzables, pero la frustración llega cuando la vida real demuestra que no todos pueden tener vidas perfectas ni cuerpos esculturales.

Es así que muchos adolescentes empiezan a usar aplicaciones digitales para retocar sus fotos. Y ver fotos retocadas constantemente en las redes sociales puede dañar su autoestima y distorsionar su imagen corporal: los estándares imposibles de belleza están haciendo que se vuelvan insatisfechos con sus cuerpos.

Vemos tendencias de compartir solo los mejores momentos, la presión de lucir perfectos y un producto adictivo puede hacer que los adolescentes se vuelquen en espiral hacia los trastornos alimenticios y la depresión.

ENTRE LO ONLINE Y LO OFFLINE

Podemos tomar acciones y decisiones para cuidar nuestra salud mental de lo que las redes provocan. ¿Qué podemos hacer?

28 % SIENTE ALGUNA PRESIÓN PARA ENCAJAR SOCIALMENTE.

Evitar el contenido que no nos hace bien y prestar atención al que influye negativamente en nuestras emociones y pensamientos.

Reconocer que lo que otros publican y lo que nosotros publicamos genera un impacto.

Desconectarse: tomarse un descanso de las redes sociales y saber diferenciar el mundo *online* del *offline*.

Intentar darse tiempo para disfrutar de otros placeres como comer sin el celular en la mano, o estar con amigos sin estar pendiente de las redes.

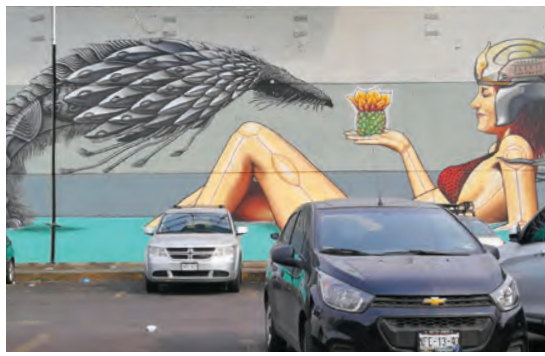
Descansar. Pero esto no significa estar echado en cualquier sillón de tu casa y tomar el celular. Para desintoxicarse de redes sociales hay que alejarse de ellas.

Si consideras que las redes sociales, y todo lo que ellas conllevan, te producen sensaciones y emociones que percibes negativas o si sientes angustia, ansiedad desmedida o apreciaciones que te llevan a denigrar tu cuerpo, recuerda que siempre puedes acudir con profesionales de la salud mental. Somos seres sociales y para salir de lo que nos pone mal hay que buscar la ayuda necesaria y requerida. o

**¡SON MÁS DE 60 MURALES!
EN @CENTRALDEMUIROS
PUEDES CONOCERLOS TODOS.**



Tlaló, de @areuz_ Es un homenaje a la tierra, el "gran ser del que venimos y al que volveremos en algún momento y así cumplir con los ciclos". Está inspirado en el simbolismo y en la mística mexicana.



¿CÓMO EMBELLECEER UN ESPACIO DONDE MEDIO MILLÓN DE PERSONAS VAN DIARIO A TRABAJAR?

Con muros pintados, por supuesto. La Central de Abastos de la Ciudad de México (CEDA) celebró su aniversario número 35 en 2021 y, para activar todavía más una zona ya de por sí activa (nunca sobra), lanzaron el proyecto Central de Muros, una iniciativa impulsada por We Do Things.

Con el lema "El México del futuro", el proyecto ha buscado darle un nuevo aspecto al sitio y acercar y fomentar el arte entre la gente que trabaja en la CEDA. Se han notado cambios

favorables: los espacios aledaños a los murales están más limpios y, en general, hay menos basura. La gente se siente orgullosa del lugar y, por lo mismo, lo respetan y cuidan.

Gracias a este *street art* se impulsará el turismo en la CEDA, a través de su oferta gastronómica y artística. Habrá una nueva ruta de Turibus para visitar los murales y se busca recuperar el reconocimiento de nuestro país como lugar de inicio y digno representante del muralismo. ○

Murales de: Calladitos, Gibrán Turón, Rilke Roca, Guillem Fontart, Areuz.

LAS FAKE

NEWS

Y EL REGRESO A LA VIDA ANÁLOGA

BLA...
BLA...
BLA...
BLA...

RUMBO A LA GENERACIÓN DE LOS
VERIFICADORES DE LA INFORMACIÓN

POR: GUADALUPE CARRANZA MARTÍNEZ.
JEFA DE RELACIÓN CON MEDIOS. UDEM.

Entre los diversos cambios que ya son legado de la pandemia por el Covid-19, se encuentra la “revolución” que vino a poner de cabeza los medios de comunicación tradicionales. Estos perdieron confianza frente a la audiencia y ahora las nuevas generaciones de comunicadores se enfrentan al gran reto de devolverle al auditorio la seguridad de consumir información veraz.

Sin duda, las *fake news* vivieron su furor durante la pandemia. En el ánimo de protegernos a nosotros y a nuestros seres queridos, el vaivén de información sobre lo último de la pandemia no se hizo esperar; cada día amanecíamos con novedades y, antes de dormirnos, ya teníamos más para compartir.

Los espacios noticiosos de los medios de comunicación se quedaron cortos, pues su audiencia requería



más. De igual forma, la actualización a cuentagotas de las páginas de noticias se volvió insuficiente y entraron al quite las redes sociales. Ante la extraordinaria situación de emergencia no estábamos seguros de dónde provenía la información que compartían. No importaba: se saciaba nuestra necesidad de saber más.

Daniela Mendoza Luna, directora de Verificado MX, menciona que durante los primeros ocho meses de pandemia se ubicó el momento más álgido de las *fake news*: “Estábamos en una situación de confinamiento excepcional. Si bien las personas estaban en sus casas, a salvo del contacto con el virus, no lo estaban del contacto con las noticias falsas y esto provocó una fuerte desinformación”.

Mendoza Luna continúa: “Los medios de comunicación publicaron también datos que no tenían estudios concluyentes o llevados a cabo con una muestra muy pequeña. No eran conscientes y creían que ayudaban compartiendo información”. Además, destaca que hubo esfuerzos a los que se integraron como verificadores de información proyectos de la talla de Coronavirus Facts Alliance y Latam Coronavirus, la campaña Verify de las Naciones Unidas, y COVIDconCIENCIA en México, una alianza con especialistas en el tema.

FUERA COMPETENCIAS, VENGAN ALIANZAS

El uso de las redes sociales creció, según Reuters en su Digital News Report. El 69 % de las personas que

buscan noticias lo hace por Facebook y cerca de un 20 % por WhatsApp, siendo estas las dos redes sociales que más crecieron. Además, hubo un repunte de 11 % de personas que consumieron noticias en televisión (aunque la audiencia ya no confía tanto en este medio).

Beatriz Inzunza Acedo, profesora del Departamento de Ciencias de la Información de la Universidad de Monterrey, señaló que las *fake news* son mensajes que están hechos con la intención de desinformar. Depende mucho de cuáles son nuestras fuentes de información ya que, aunque a veces no tengamos la intención de tergiversar las versiones veraces, se genera la duda; por lo mismo, compañías como Meta (antes Facebook Company) diseñaron mecanismos y la leyenda “compartido varias veces” que acompaña una imagen o video en WhatsApp.

“Existe el síndrome de la ‘tercera persona’, que consiste en que el otro siempre es la víctima o está menos educado. Los *boomers* van a decir que los jóvenes no prestan atención y los jóvenes van a decir que los grandes o las tías son las que difunden las *fake news*. Inevitablemente existen en todas las redes sociales”, expresa.

Por su parte, Mendoza Luna señala que las noticias falsas se apuntalan en dos grupos de edad: por una parte las personas adultas mayores a causa de la alfabetización informática, y por otro lado aquellos jóvenes entre los 18 y 23 años que están más

expuestos por la cantidad de horas que pasan en las redes sociales.

“El periodismo siempre ha sido sinónimo de rapidez, tratando de ‘ganar la nota’, y durante la pandemia esto no fue la excepción. Si bien los periodistas intentaron entregar noticias lo más pronto posible a su audiencia, los sistemas de información no dan oportunidad de consumir datos veraces, verificados y confiables, y la audiencia tampoco tiene tiempo de verificarlos”, explica la profesora de la UDEM. “Optan por ver tuits de pocos caracteres para tener la sensación de que consultan más fuentes de información, aunque no más contenidos”.

Para la directora de Verificado MX, algunos medios de comunicación tuvieron que ajustar su estrategia y se vieron en la necesidad de reforzar su plantilla con periodismo especializado. “Una de las cosas que valoro es que los medios se dieron cuenta de que la competencia ya no funciona y vieron la necesidad de hacer alianzas no solo con otros noticiarios, sino con especialistas, organizaciones de la sociedad civil, la academia y con todos estos entes que funcionan como productores de información y estaban completamente desaprovechados”.

CONTENIDOS RÁPIDOS Y VERACES

La responsabilidad alcanza no solo a las nuevas generaciones de comunicadores, sino también a quienes siguen ejerciendo el papel de informantes en medios de comunicación. Es imperante brindar datos verificados y de calidad a las audiencias.

Pero Inzunza Acedo explica que son las nuevas generaciones las que traen consigo la responsabilidad de difundir la importancia de la verificación. “Ellas tienen la capacidad de producir contenidos de una manera más rápida que otras generaciones. Antes fuimos entrenados para escribir una nota y dedicar todo el día a eso; en cambio, los jóvenes piensan de manera inmediata en el infográfico, el video, la nota,

el posteo... son habilidades que las redes sociales nos dan. En TikTok tienes que pensar en el ángulo y cómo transmitir el mensaje para que sea popular. Es algo que traen muy entrenado desde antes de llegar a la carrera y juega a su favor”.

Mendoza Luna agrega que la labor de brindar información confiable debe empezar a partir de hoy: “Las y los periodistas tenemos la obligación de capacitarnos en alfabetización mediática informacional. Es deber de los medios informar y entender cómo son percibidos los mensajes que mandamos en las diferentes plataformas. Ya no podemos andar adelantando notas, creyendo que tenemos primicias. Estamos en la era de las explicaciones”. Hay una frase icónica en el periodismo que reza: “No hay nada más viejo que el periódico de ayer”.

Es momento de que los medios de comunicación empiecen a reinventarse para el mañana. Los cambios son una constante y hay puntos de inflexión que se vuelven trascendentales —en este caso, la pandemia—. ¿Cómo nos sorprenderán los medios del mañana? o





El turbulento camino a Catar

DE LAS CANCHAS A LA TUMBA

¿QUÉ HAY DETRÁS DE LA GRAN FIESTA DEL FUTBOL?

POR: ANA SOFÍA ADAM OYERVIDES.
ESTUDIA 9.º SEMESTRE DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS
DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN. UDEM.

A mediados de 2010, la final del Mundial de Fútbol de Sudáfrica nos tenía pegados al televisor. Esa tarde de julio, España salió campeón del torneo por primera vez en su historia y el *Waka Waka* de Shakira sonó en cada rincón del planeta. No mucho tiempo después, la Federación de Fútbol Internacional Asociado (FIFA) anunció que las próximas sedes del Mundial serían Rusia (2018) y Catar (2022). Nos tomó a todos por sorpresa: la primera vez que un país de Oriente Medio sería el anfitrión de tan esperado evento.

¿Cómo es que Catar logró no solo ser candidato, sino también sede definida, cuando parte de los

principios fundamentales en el proceso de selección de la FIFA incluyen el compromiso con los derechos humanos? Desde que se anunció, la FIFA se ha visto acusada de supuestos sobornos —aunque una investigación independiente no encontró evidencia de ello— y ha mantenido a los internautas y aficionados del fútbol con cierto escepticismo y muchas dudas. Es sabido que Catar no es ajeno a la violación de derechos humanos a mujeres, la comunidad LGBTQ+ y otras minorías, pero, a pesar de que la designación de la Copa del Mundo enfocó el reflector en estos actos discriminatorios, poco a poco el público general perdió interés sobre este tema.

EL SUEÑO CATARÍ

A menos de seis meses del partido inicial entre Catar y Ecuador, todavía se reportan casos mensuales de muertes, abusos y falta de pagos a trabajadores. El medio británico *The Guardian* informó que alrededor de 6 mil 500 trabajadores indios, paquistaníes, bangladesíes, nepalíes y de Sri Lanka, que fueron llevados a construir los lujosos estadios, murieron entre 2011 y 2020. El gobierno respondió que estas cifras estaban infladas e incluían a miles de extranjeros que murieron después de años de vivir y trabajar allí en incidentes no relacionados con la infraestructura del Mundial... pero las dudas siguen.

IMÁGENES: SHUTTERSTOCK



Katja Müller-Fahlbusch, experta del Medio Oriente para Amnistía Internacional, expuso su desagrado en una entrevista para *Deutsche Welle*: “Todos los días, los obreros están a merced de personas sin escrúpulos. Empleadores que orquestan el robo de salarios, condiciones de trabajo inseguras y, a veces, barreras insuperables para la transición laboral. Los empleadores pueden explotar a sus trabajadores con impunidad”.

En 2016, Amnistía Internacional acusó a la Monarquía de Catar de utilizar trabajo forzoso, excesivo y no remunerado, así como de falta de compromiso entre las constructoras y sus empleados y la confiscación de pasaportes. Para 2017, se habían eliminado ya prácticas antiderechos como la *kafala*, un sistema que prohibía a los trabajadores migrantes abandonar sus trabajos sin el consentimiento de sus empleadores; sin embargo, Amnistía insiste en que aún sufren de mucha presión por parte de sus jefes.

Dietmar Schäfers, vicepresidente del Sindicato Internacional de Trabajadores de la Construcción y la Madera (BHI) de Catar, afirmó en una entrevista para *Deutsche Welle* que ya había mejoras en las estadísticas y en las condiciones de trabajo: “Desde 2016,

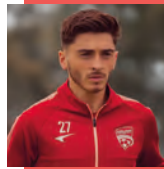
¿Qué dicen las estrellas del balón?



Kasper Hjulmand, director técnico de la Selección Danesa de Fútbol: “La decisión de celebrar el Mundial en Catar es errónea y controvertida”.



Gareth Southgate, director técnico de la Selección Inglesa de Fútbol: “Sería verdaderamente vergonzoso y penoso que algunos fanáticos no pudieran asistir a la Copa del Mundo por temor a arriesgar sus vidas e integridad”.



Josh Carvalho, jugador australiano del Adelaide United y el primer futbolista en activo en declararse gay en la historia: “Catar aplica la pena de muerte a las personas de mi comunidad y es algo que me da mucho miedo y me hace no

querer ir allí. El gobierno pone nuestras vidas en riesgo y me asusta”.

Este será el segundo Mundial para el campeón francés y chico maravilla Kylian Mbappé, y el último para los cracks del balón Cristiano Ronaldo y Lionel Messi.

como sindicato internacional, hemos podido realizar inspecciones periódicas en todas las obras de construcción de la Copa del Mundo en Catar. Hasta ahora hemos realizado 24 inspecciones con nuestros expertos”. Además, informó sobre la implementación de cámaras de refrigeración, donde los trabajadores pueden descansar de los brutales calores.

LA COMUNIDAD LGBTQ+: ¿AMOR ES AMOR?

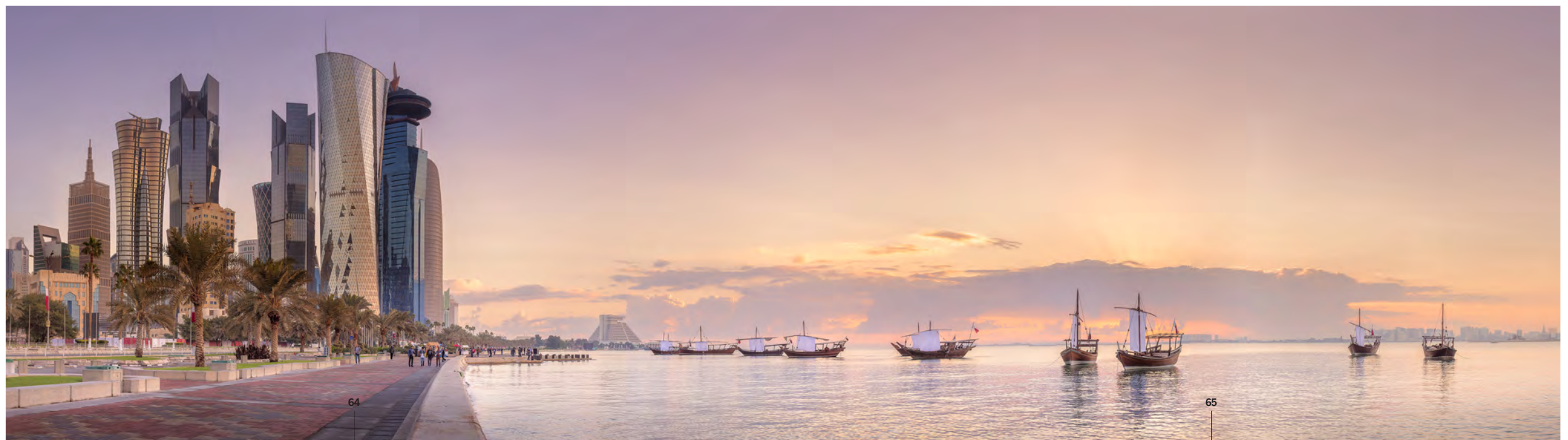
Volvamos rápido a nuestro país, donde sabemos que existe un conflicto abierto entre la FIFA y la afición mexicana por el grito homofóbico. A raíz de los castigos de la FIFA implementados en México (juegos a puerta cerrada, por ejemplo), muchos fanáticos del país cuestionan que “nos usen” como excusa para promover el respeto cuando el Mundial se lleva a cabo en una nación donde es penado (hasta tres años de cárcel) ser parte de la comunidad LGBTQ+. Lo nuestro no es justificable en lo absoluto, pero no deja de ser contradictoria la postura de la FIFA.

Las declaraciones oficiales sobre si la comunidad es bienvenida o no al país han sido también contradictorias. El jefe ejecutivo de la Copa Mundial de Catar,

Nassar Al-Khater, aseguró que su nación es una de las más seguras del mundo y que todos serán bienvenidos ahí, sin importar género, orientación sexual y religión. ¿Será solo una fachada para generar ingresos y pasar el problema por “debajo del tapete”? No todos están de acuerdo con la decisión. El General de División, Abdulaziz Abdullah Al Ansari, afirmó para el medio indio *Indian Express* que está en contra de la promoción abierta de las libertades LGBTQ+ de la bandera del arcoíris, a pesar de que los organizadores habían confirmado previamente que será bienvenida en los ocho estadios de Catar.

“¿Quieres demostrar tu punto de vista sobre la situación? Hazlo en una sociedad donde es aceptado. Si algún fanático en el estadio tiene boleto, será para ver el partido, no para ser parte de un acto político”, agrega Al Ansari.

Como contrapunto a las palabras del controvertido general, el director ejecutivo de la Federación Danesa de Fútbol, Jokob Janssen, propuso que sus jugadores no lucieran los logotipos de patrocinadores comerciales en sus camisetas de entrenamiento, sino que incluyeran mensajes que promuevan los derechos humanos. ○





¿Ir al cine? ¿Ver una película en un celular?

El autor de este ensayo apunta para dónde va la industria del entretenimiento de aquí para adelante.

Tras el desconcierto que ocasionó este año la ceremonia de los premios Óscar, *The New York Times* publicó una editorial sobre la muerte de la premiación... y del cine. Más específicamente se refería a *The Movies*, el sistema cultural en el que el cine se había instaurado como la forma de arte popular más importante y prestigiosa. El artículo, sin embargo, a pesar de su escandaloso título, habla sobre la transformación que está viviendo “el cine” al ser desplomado de su pedestal por la avalancha de contenido que ofrecen las plataformas digitales. Sin embargo, esto no es algo nuevo...

Compartir nuestras narrativas ha sido una parte fundamental de la sociedad humana desde los primeros tiempos de la historia. Tan importante ha sido que desde el inicio buscamos formas de preservarlas. Desde las imágenes de las cavernas de Lascaux, las artes se convirtieron en el principal vehículo de nuestras historias. Por siglos, la escultura, pintura, música,

literatura, arquitectura y artes escénicas fueron los medios esenciales para comunicar y preservar nuestras formas de vivir e interpretar el mundo.

UN POCO DE HISTORIA

A lo largo del tiempo, cada una de las artes ha evolucionado en dos vertientes, la conceptual y la técnica, muchas veces una influenciada por la otra. La invención de la pintura al óleo permitió no solo crear obras de color y realismo sin precedentes, sino también producir obras que rivalizaban a los frescos en tamaño, con la portabilidad de las realizadas en tempera. La adopción de la imprenta de tipos móviles permitió la difusión masiva de los libros y amplió muchísimo la variedad de obras que estaban disponibles, ciertamente impulsando la producción literaria.

Pero el salto técnico más grande en la historia del arte comenzó con la llegada de la revolución industrial y el surgimiento de los medios masivos de comuni-

cación en los siglos 19 y 20. La prensa, la fotografía, la radio, el cine, el fonógrafo, y la televisión tomaron el papel que habían tenido las artes hasta entonces y cambiaron para siempre la creación artística, liberándola de la urgencia de contar los sucesos cotidianos. Así, durante poco más de un siglo, las artes fueron encontrando nuevos rumbos, incorporando formas y tecnologías innovadoras y el cine y la fotografía surgieron como dos nuevas artes que se sumaron a las clásicas.

tiempo de los espectadores en las miles de salas cinematográficas del mundo, espectadores pegados a sus celulares consumiendo todo tipo de imágenes en movimiento, la mayoría creadas por otros espectadores.

El sentimiento generalizado al que apela el artículo de *The New York Times* es que “ir al cine” ya pasó. Pasó porque pareciera que ya no cuenta las mejores historias, pasó porque las celebridades más populares ya no provienen del cine, pasó porque dedicarle dos horas a un

SI LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL SE ENFOCA EN CONTENIDO DE ALTA CALIDAD, LAS SALAS DE EXHIBICIÓN SE MANTENDRÁN COMO PARTE DE LA EXPERIENCIA SOCIAL.

EL CINE EN TODAS PARTES

La consolidación de la transformación iniciada con el surgimiento de los medios se dio con la invención y adopción de internet. La convergencia digital permitió que todos los medios se centralizaran en un mismo dispositivo, “la pantalla”. Esta consolidación se cimentó en 2020 con el inicio de la pandemia, que por dos años mantuvo a la humanidad lejos de las formas presenciales de arte, en especial, la sala de cine. Y así nos hicimos al hábito de obtener nuestra dosis de narrativas en la sala de la casa, llevando a la industria del audiovisual a cuestionarse con mucha seriedad su futuro y si acaso está en la serie y no en la película.

Podríamos hablar del desbancamiento de la película por la serie, aunque tal vez sea mejor discutir que estamos viendo la popularización de una forma particular de cine por encima de otra. Las series son cine, en estricto sentido técnico y dramático, como también lo son los cortometrajes y los videos en TikTok. La producción cinematográfica se ha democratizado como nunca antes. El largometraje, rey del audiovisual, se mantiene a su lado en todas las plataformas y sigue luchando por el

solo contenido y a una sola pantalla es cada vez más difícil. Pasó porque las plataformas digitales han capturado al mejor talento y lo han enfocado en la producción de series que nos mantienen más horas frente a la pantalla.

HÍBRIDOS Y MULTIPLATAFORMA

Estamos frente a un cambio radical en la industria. No dejaremos de consumir contenidos audiovisuales ni tampoco de ir al cine (quizá cambiará el formato de muchas salas cinematográficas, con servicios adicionales para complementar la salida de casa). El camino será, entonces, el de la recuperación de los espacios cinematográficos. A pesar de que hemos aprendido a vivir con el coronavirus, la pandemia no ha terminado, como lo demuestran los recientes brotes en distintas partes del mundo. Y pudiera ser, si la industria audiovisual se enfoca en proveer contenido de alta calidad, arriesgado, atractivo y exclusivo, que las salas de exhibición se mantengan como parte de la experiencia social que hemos aprendido a disfrutar por más de un siglo.

El futuro es híbrido y multiplataforma. Está en nosotros aprender a darle el tiempo justo a cada formato. ○

UNA CASA QUE NO CONTAMINA NADA



POR: ARNE RIEKSTINS Y ALONSO AGUILAR

LA CASA DEL DOCTOR ARNE RIEKSTINS, ARQUITECTO Y PROFESOR DE ARQUITECTURA DE LA UDEM, ES LA PRIMERA EN SU TIPO EN MÉXICO Y AMÉRICA LATINA. SE SUMÓ A LOS NUEVOS VALORES DE *NET ZERO ENERGY* Y ES UN EJEMPLO QUE DEBEMOS VOLTEAR A VER PARA NUESTRO FUTURO... Y PRESENTE.

El proyecto fue diseñado en 2017 por el arquitecto Arne Riekskins como respuesta al clima extremo de Monterrey y cuenta con excepcionales métricas de sustentabilidad e innovación, gracias a la experiencia de Riekskins en proyectos de varias escalas en el norte de Europa.

Es una *townhouse* escandinava, mezclada con estilo minimalista e industrial. La vivienda produce 110 % de la electricidad que ocupa, aprovechando energías renovables del sol y el viento. Puede sobrevivir sin electricidad de un proveedor hasta tres semanas, sin que pierda beneficios como el *minisplit*, ventilación, alumbrado y todos los contactos de 110 voltios (incluidos dos refrigeradores).

FOTOS CORTESÍA: ARNE RIEKSTINS



11,300 W planta de energía
3.4 kWh con 2 eólicas
7.9 kWh con 20 paneles solares

1,500 litros de respaldo
de agua en dos tinacos.

Doble aislamiento en todo el
envolvente sin puentes tér-
micos, transmitancia térmica
en techo $U = 0.10 \text{ W/m}^2\text{K}$; en
paredes $U = 0.21 \text{ W/m}^2\text{K}$.

Respaldo de energía en bate-
rías 48V de 115 Ah —hasta tres
semanas o hasta que regrese
el sol o haya viento.

El terreno mide 6.5 x 15 metros y
cuenta con 360 m² de construcción.

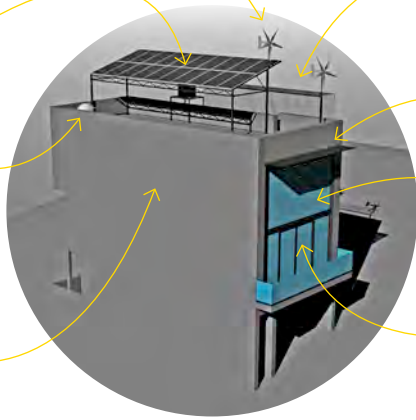
Pérgola y muro verde
para plantas y parras.

Sombra física para evitar
el sol de mediodía.

Protección de anticollisión
de pájaros.

Ventanas *duo-vent* con
película solar inteligente.

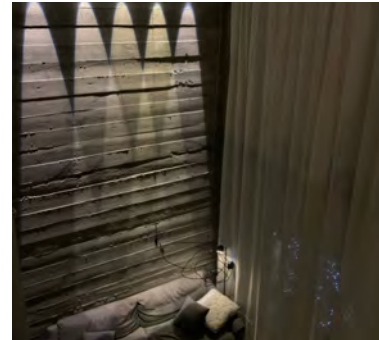
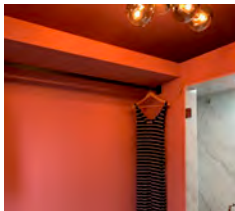
Sistema de ventilación con
recuperación de frío y calor.



La vivienda tiene un consumo mínimo de agua, pero ya está preparada para que, en un futuro próximo, se instale un sistema de captación de agua pluvial para riego de plantas, suculentas y parras. La temperatura en el interior de la construcción oscila entre 22 y 24 °C, a pesar de temperaturas ambientales de -3 o 45 °C.

Toda la casa está forrada por fuera y por dentro con aislamiento térmico-acústico y todas las ventanas son *duo-vent* con película solar. Tiene un sistema de ventilación con recuperación del frío/calor y se utilizaron materiales locales como concreto, mármol, acero y vidrio para los acabados.





Sigue los avances
de la casa en:
@generateform



Al igual, hay detalles exóticos como pisos de bambú de bosques sustentables y unos mármoles y granitos de Brasil, España y China, así como cuarzo de Israel. También se diseñaron elementos pasivos de sombra física para reducir el sobrecalentamiento, y el ventanal principal cuenta con protección de anticollisión de los pájaros.

El mejor detalle: la casa cuenta con un sauna finlandés correctamente diseñado y elaborado con acabados de cedro canadiense y piedras volcánicas en su calentador —traídas desde Helsinki para este propósito.

En el próximo año, el hogar de la familia Riekskins será certificado como la primera casa residencial de *net zero energy*, o energía cero, en todo México y América Latina. o





AMAZON NO TRAE LA FELICIDAD

**CON POCA INTERACCIÓN
SOCIAL Y ESTÍMULOS
POSITIVOS, LAS PERSONAS
RECURRIERON A LO
ÚNICO QUE GARANTIZA
LA FELICIDAD EN LA
MODERNIDAD: LAS
COMPRAS EN LÍNEA.**

POR: NILSA FARÍAS FORNÉS

FOTOS: SHUTTERSTOCK



LA SEROTONINA CUANDO PASAS LA TARJETA ES SUBLIME, LA ESPERA POR TU PAQUETE HACE QUE VALGA LA PENA DESPERTAR Y LA EMOCIÓN DE ABRIR TU PEDIDO ES TREMENDAMENTE... EFÍMERA.



llevó a enamorarse de cosas que no sabían que necesitaban, a buscar los envíos gratis, las promociones de “compra dos y llévate tres”, los meses sin intereses y a que el repartidor de Amazon te conozca por tu nombre (¡hola, Juan!).

La serotonina que se experimenta cuando pasas la tarjeta es sublime, la espera de uno a tres días hábiles por tu paquete hace que valga la pena despertar por las mañanas y la emoción de abrir tu pedido (¡gracias, Juan!) es tremendamente... efímera.

Ese sentimiento de recompensa que el consumo y los objetos materiales producen no dura mucho. Cuando no se obtiene felicidad o validación por otros medios, la gente vuelve a comprar porque es una emoción garantizada, aunque sea por poco tiempo. Sin embargo, cuando recibes una cafetera francesa y premios orgánicos para perro que no recuerdas haber ordenado, tal vez sea momento de reevaluar la relación entre tus hábitos de consumo y tu estado emocional.

ENTRE MÁS, MEJOR

El mundo es infinitamente diverso. No hay una sola persona que sea o que piense exactamente igual que la otra, pero lo que sí nos une como humanidad es que, cuando se presenta una emergencia, la gente se pelea por el **papel higiénico** en el supermercado. Este fue uno de los primeros indicios de que esta nueva pandemia no traería nada bueno.

Durante los primeros meses de 2020 ya se tenía el entendimiento de que el coronavirus era altamente contagioso, por lo que los cubrebocas de grado médico se convirtieron en un artículo muy valioso y necesario para los hospitales y personal médico. El problema fue que no había suficientes para cubrir la demanda

mundial y las personas equipararon ese desabasto, por alguna razón, a que se acabaría el papel higiénico.

Un estudio publicado por el Centro Nacional para la Información Biotecnológica de Estados Unidos señaló que existen muchas razones por las que la gente compra papel higiénico en situaciones de crisis: por estrés o ansiedad, por tener una personalidad altamente organizada o controladora, por leer y creer *fake news* o teorías de conspiración, por miedo al desabasto, o porque —al parecer— la falta de papel higiénico significa la caída de la civilización como la conocemos. Mary Alvord, profesora de Psiquiatría y Ciencias de la Conducta de la Escuela de Medicina de la Universidad de Washington, comenta a la revista *Time* que el papel higiénico es lo que básicamente nos separa de los animales.

“Nos da confort saber que está ahí... ya no usamos hojas. Se trata de estar limpios y presentables, de ser sociables y no oler mal”, expresa. Baruch Fischhoff, profesor del Departamento de Ingeniería y Política Pública de la Universidad Carnegie Mellon, hace eco de este mismo sentimiento: “Si la gente no encuentra la comida que quiere, compra otra, pero para el papel higiénico no hay sustituto”.

Otras compras de pánico que las personas hicieron son desinfectantes, agua embotellada, medicinas, gasolina y alimentos enlatados, pero una vez que quedó claro que la pandemia duraría más de lo previsto, el comportamiento de compra se modificó y pasó de ser de pánico a ser excesivo e innecesario. Existen muchas razones por las cuales la gente compra cosas, pero la raíz de las mismas es que se quiere replicar un sentimiento de felicidad, calmar los nervios, sentir seguridad o despejar el aburrimiento. Se podría decir que son compras emocionales.

PRIMERO COMPRO, LUEGO EXISTO

Como al principio de la pandemia —ir a comprar el mandado se sentía como un episodio de *The Walking Dead*, muchos decidieron hacer sus compras por



medio de *apps* o plataformas. De hecho, las compras en línea se dispararon en este periodo. Pierre-Claude Blaise, director general de la Asociación Mexicana de la Venta *Online*, afirmó que 2020 fue el año en que las personas cambiaron sus hábitos de consumo de forma más notoria, debido al temor de contagio y a las restricciones sanitarias.

Algunos otros motivos que listó Blaise para preferir el *e-commerce* sobre las compras tradicionales son el fácil acceso a productos que no están en tiendas físicas, así como el *delivery* y el ahorro de tiempo, entre muchos otros. En entrevista para *El Economista*, Blaise reportó que, tan solo en enero de 2021, 56 % de los consumidores mexicanos hizo sus compras en línea, mientras que 16 % de estos realizó compras en línea por primera vez.

Este mundo casi inexplorado de objetos, servicios y de felicidad ha sido el terreno en el que se desató el consumo excesivo y emocional de bienes que tratan de ser el remedio para curar el hastío, la ansiedad y depresión de las personas durante la pandemia. Emrna Khatun lo explica muy bien para el artículo de la

periodista Sirin Kale en *The Guardian*: “Marzo se convirtió en junio y luego en enero. Mis días no tenían forma. Estaba aburrida. Así que empecé a comprar cosas en línea, por la pequeña emoción de picar el botón de *check out* y que mi compra llegara días después, un pequeño gusto para romper con la monotonía del día”.

La cosa es que nadie sabía que la pandemia duraría más de dos años, así que estos gustitos se fueron acumulando y al final las personas terminaron siendo dueñas de plantas que únicamente llegaron a su casa a morir, una parrilla que solo usaron una vez, docenas de libros sin leer y un montón de ropa que no pueden estrenar porque el uniforme de la nueva normalidad son los pants y sudaderas.

A esto, Sheila Forman, investigadora y psicóloga clínica, le llama compras emocionales: “Gastar dinero

nos ayuda a sentirnos mejor, ha sido un mecanismo de supervivencia para muchos estadounidenses durante mucho tiempo”, escribió en *Verywell Mind*, un reconocido blog de psicología. Y con el aislamiento social, la gente ya no salía a comer o de fiesta, no gastaba en gasolina, y ahorrar para las vacaciones era totalmente innecesario. La acción más lógica fue gastar y hacerlo para sentirse mejor.

Esto se hizo más fácil con la escuela y el trabajo en casa: siempre estamos conectados, siempre estamos frente a una computadora que recuerda las páginas que más nos gustan, nos facilita nuestra información financiera y nos bombardea con anuncios de cosas que vimos anteriormente. Literalmente a veces solo tenemos que dar un clic o decirle a Alexa que haga la compra. Es la misma historia con las redes sociales. ¿Cómo no ceder ante la tentación de comprar zapatos que vayan con la bolsa que compraste la semana pasada si, de acuerdo con *Forbes*, los miembros de la generación Z pasaron en promedio 297 horas en Instagram el año pasado?

EL PRIMER PASO ES ACEPTAR QUE TIENES UN PROBLEMA

Este fenómeno, bajo este contexto, es relativamente nuevo. Todavía no existen muchos reportes o estudios que analicen el impacto de este patrón de comportamiento durante los dos años que el mundo lleva detenido. Sin embargo, algo que sí se empieza a observar es que el gasto descontrolado puede llegar al endeudamiento, especialmente peligroso si se redujo el salario, las horas de trabajo o se perdió el empleo durante la pandemia.

EXISTEN MUCHAS RAZONES POR LAS CUALES LA GENTE COMPRA COSAS: SE QUIERE REPLICAR UN SENTIMIENTO DE FELICIDAD, CALMAR LOS NERVIOS, SENTIR SEGURIDAD O DESPEJAR EL ABURRIMIENTO. SON COMPRAS EMOCIONALES.

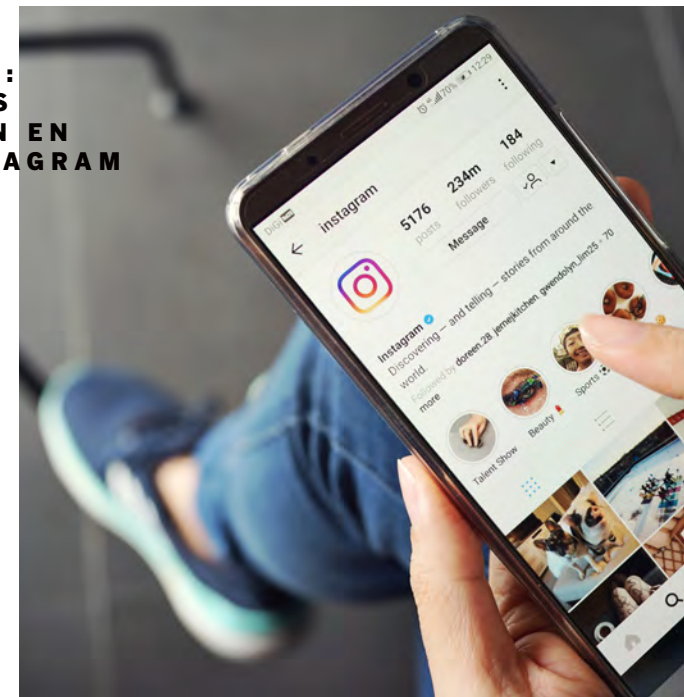
MUCHA EXPOSICIÓN A MARCAS: SEGÚN *FORBES*, LOS MIEMBROS DE LA GENERACIÓN Z PASARON EN PROMEDIO 297 HORAS EN INSTAGRAM EL AÑO PASADO.

No se puede cambiar el pasado, pero lo que sí se puede hacer es trazar una estrategia para no revivir errores. Emily Guy Birken, autora y *coach* de finanzas, aclaró en entrevista con la emisora *Wisconsin Public Radio* que no está mal comprar artículos o gastar dinero para sentirse bien. El problema se desata cuando piensas que necesitas recompensar o contrarrestar cada cosa buena o mala que pasa en tu vida.

Birken sugiere dos acercamientos: en el primero, la pereza va a ser nuestra aliada, porque tendríamos que ponernos obstáculos para comprar. “Guardar la información de tu tarjeta de crédito no te conviene. Si te tienes que levantar, encontrar tu cartera y regresar a tu computadora y piensas ‘qué flojera hacer todo eso’, eso te dice que realmente no quieres hacer esa compra”, aseguró. Otra maniobra es borrar las *cookies* de tu navegador y darte de baja de todos los *newsletters* de tiendas y marcas.

En redes sociales puedes silenciar o dejar de seguir marcas, tiendas e *influencers*, e incluso puedes desinstalar *apps* de compras. Entre más trabajo te cueste comprar, más tiempo tendrás para pensar si realmente quieres gastar ese dinero.

El segundo acercamiento de Birken es el cambio de hábitos. Ella dice que reenfoques tus propósitos de vida: ¿quieres ser una persona endeudada toda su vida o un genio financiero que ahorra? Otras estrategias son consultar con la almohada antes de comprar algo que no sea una necesidad. Si al despertar no te acuerdas o no sientes que lo quieres lo suficiente, no lo compres. También puedes hacer un presupuesto y especificar un monto para gastos discrecionales. Así puedes ver en qué se va tu dinero y tomar decisiones de adulto con la cabeza y no con el corazón.



MINDFULNESS FINANCIERO

La naturaleza está sanando: las amigas ya se están viendo para el cafecito, los conciertos están regresando y los cubrebocas comienzan a dejar de ser obligatorios. Es el momento ideal para asumir una nueva actitud hacia el gasto y las emociones. Las compras de pánico e innecesarias obviamente no hicieron que la pandemia terminara más rápidamente, pero lo que sí hizo fue sumarle el sentimiento de culpa al estrés y ansiedad con los que vivimos.

Esta etapa, tan llena de incertidumbre como siempre y en la que el *statu quo* cambia de un día a otro, es un buen comienzo para afrontar esta nueva realidad y encontrar confort en los pequeños placeres de la cotidianidad, comprar con intención y ahorrar para estar listos si más días complicados llegan (espéremos que esto no pase pronto).

Es muy cierto lo que dicen los papás: el dinero no crece en los árboles y en la actualidad es aún más cierto que la felicidad no va a llegar a tu casa en una caja de Amazon (isorry, Juan!). o

Casa de al lado

Mis obras son retratos de mis memorias, mis sentimientos y mis días. Una vez, mirando a mi alrededor, observé detenidamente la casa de mi vecino. Me gustó la sombra de las palmeras y los últimos rayos del sol que brillaban más que nunca y tuve ganas de pintarlo. Muchas veces, la inspiración es eso.



Esta obra está
hecha con pintura
acrílica y mide
30 cm x 40 cm.

POR: **MARÍA EUGENIA GONZÁLEZ VARGAS.** ESTUDIA 3.º SEMESTRE DE LA LICENCIATURA EN ARTES. **UDEM.**
GANADORA DE LA BECA
TALENTO CREATIVO 2021.

LAS UNIVERSIDADES DE LOS INFLUENCERS

Las TikTok Clubhouses (mansiones llenas de talento, personal y *managers* para sacar adelante contenido viral) se colocaron como los ansiados espacios creativos para explotar al máximo la plataforma y lograr la fama deseada. Hay mucho dinero de por medio, pero ¿a qué costo?



NO SON CASAS COMUNES
Y CORRIENTES: SON
INMUEBLES GRANDES,
ESPACIOSOS Y LUJOSOS
DONDE LOS JÓVENES
BUSCAN LLEGAR A LA
VIRALIDAD A TRAVÉS DE
VIDEOS PARA PUBLICARLOS
EN DISTINTAS
PLATAFORMAS.

POR: **JESÚS HIRAM
GONZÁLEZ VELAZCO.**
ESTUDIA 7.º
SEMESTRE DE LA
LICENCIATURA EN
MERCADOTECNIA
INTERNACIONAL.
UDEM.

En TikTok seguro ya has visto de todo. Bailes que se viralizan, *challenges* que tienen repercusión internacional, noticias de último momento. La *app* se convirtió rápidamente en parte de nuestra vida diaria, tanto que aparece con frecuencia en nuestras conversaciones con el discreto: “¿Ya viste el TikTok donde...?” que nos suelta un amigo.

Evidentemente, el éxito de esta *app* no fue casualidad y su crecimiento exponencial (800 millones de usuarios activos al mes en 2020, según el reporte de ese año de la plataforma Hootsuite) se debe a que tiene el poder de cambiar nuestra percepción de las redes sociales y, sobre todo, la capacidad de volver viral cualquier contenido.

Como consumidores de contenido, el nivel de involucramiento es significativamente menor que el de aquellos que lo crean. ¿Qué implica ser un creador? Aunque no lo parezca, a estas alturas puede convertirse ya en un trabajo de tiempo completo y una responsabilidad de todos los días (sea redituable o no).

EL PELIGRO OCULTO DE LAS MANSIONES

“El contenido por encima de todo”. Y es que, entre más creativo, más viral. Y entre más viral, mejor. Así es como el algoritmo de TikTok recompensa a los creadores de contenido y es la regla número uno si quieren mantener sus cifras en cuanto a visitas, seguidores y colaboraciones con marcas (y por lo tanto, ingresos). En un mundo donde lo que nos sobra es contenido e información, es todo un reto detectar los peligros que implica participar en el universo de la creación. Y es que, ¿qué podría ser peligroso con un video? Las TikTok Clubhouses, por ejemplo.



También conocidas como casas de contenido o mansiones de TikTok, estas *clubhouses* son *hubs* creativos en residencias que sirven como alojamiento para muchos creadores, un espacio para colaborar entre ellos y crear videos. No son casas comunes y corrientes: son inmuebles grandes, espaciosos y lujosos donde los jóvenes buscan llegar a la viralidad a través de videos para publicarlos en distintas plataformas. Entre ellos se apoyan y se comparten ideas y pueden estar en ellas mucho tiempo para idear el mejor contenido. Lo que empezó como una práctica popular en Estados Unidos, sobre todo en California, se replicó en distintos países como Inglaterra y hasta hace algunos meses en México.

Este fenómeno tiene su origen con Amir Ben-Yohanan, reconocido magnate de bienes raíces de Nueva Jersey y director de la empresa Clubhouse. Amir compara este *boom* de la viralidad en TikTok con la fiebre de oro del siglo 19: un golpe que sorprendió a todos, está poco regulado y es una oportunidad para generar ingresos.

En Estados Unidos, un egresado de una universidad élite puede ganar, en promedio, 50 mil dólares al año;

un *influencer* con más de 1 millón de seguidores puede obtener esa misma cantidad en un mes. Tal cual: una mina de oro. Con proyecciones de la industria del *marketing influencer* creciendo a más de 15 mil millones de dólares en 2022, surge la oportunidad de lucrar de la mano de estos jóvenes.

¿Cómo se benefician los dueños de estas mansiones? Precisamente de los ingresos que generan los jóvenes, llevándose hasta el 20 % de sus ganancias bajo la narrativa en que se les instruye a los jóvenes sobre la industria de la que son parte. Estas *clubhouses* se proclaman como la “Universidad de *influencers*”, según Christian Young, uno de los copropietarios de una Clubhouse en California.

Entonces, el contenido no está por encima de todo. Lo que está es el dinero.

UN CRISOL PELIGROSO QUE PUEDE AFECTAR A SUS INTEGRANTES

Afirmar que este tipo de proyectos puede reemplazar la educación universitaria representa un peligro latente,



Clubhouse, en Beverly Hills, una de las muchas casas de TikTok operadas por el Hudson Group.

¿QUÉ IMPLICA SER UN CREADOR DE CONTENIDO? AUNQUE NO LO PAREZCA, A ESTAS ALTURAS PUEDE CONVERTIRSE YA EN UN TRABAJO DE TIEMPO COMPLETO Y UNA RESPONSABILIDAD DE TODOS LOS DÍAS.

sobre todo para las futuras generaciones que comienzan su etapa estudiantil. Sí, son espacios atractivos por la gama de creatividad que emanan y la libertad que permiten, pero obviamente no son universidades.

Es importante mencionar que, como creador de contenidos, “el producto eres tú”. Lo que vende es aquello que generan y que permeará, quieran o no, en su imagen pública y en su perfil social. A los propietarios de las mansiones poco les importa el destino de los jóvenes a largo plazo: lucrarán de su éxito tanto como les dure su fama y, en el momento que deje de ser rentable, “adiós”. A fin de cuentas, y en palabras de Amir, esto es un ciclo: “Siendo realistas, solo un pequeño porcentaje de esos jóvenes logrará trascender y perdurar en la industria. Entonces, ¿qué pasará con los demás? He ahí el problema”.

¿Apostar por tu carrera digital y comprometerte de lleno a ello? ¿Procurar tener una red de seguridad para el futuro con una carrera universitaria? Para nada es una decisión sencilla.

Aunque pareciera que apostar por una carrera como *influencer* parece ser la decisión que menos trabajo involucra, no lo es. Entre los creadores de contenido existe una constante preocupación sobre cómo

asegurarán su capital creativo a largo plazo. Esto genera ansiedad entre los jóvenes, por supuesto, y es un peligro oculto del que poco se habla.

Brandon Westenberg, reconocido *influencer* estadounidense y miembro activo de una Clubhouse, comenta que “un pequeño video de 15 segundos no parece agotador, pero tienes que pensar en conceptos por horas y se necesita mucho para hacer videos antes de presionar el botón de REC. Es como despertarse todos los días, pensar en un proyecto escolar y buscar impresionar siempre, siempre a tus maestros. Con tus contenidos, intentas impresionar a todos los que ven el video y quieres que a todos les guste”.

Lo que estos jóvenes ponen en juego va más allá de su imagen pública y se lleva de corbata a su salud mental. Cumplir con contenidos nuevos, creativos y originales todos los días, apostar por una carrera con un futuro incierto y negociar con magnates que buscan aprovecharse de su trabajo es realmente agotador y estresante. Romantizar y ver las nuevas tendencias es ignorar los peligros potenciales que implican. Un video de 15 segundos carga un trasfondo con temas tan delicados como la salud mental. ¿Qué otros peligros estamos ignorando? ○

¿APOSTAR POR TU CARRERA DIGITAL Y COMPROMETERSE DE LLENO A ELLO? ¿PROCURAR TENER UNA RED DE SEGURIDAD PARA EL FUTURO CON UNA CARRERA UNIVERSITARIA? PARA NADA ES UNA DECISIÓN SENCILLA.

gigantes, enanos y hasta marcianos:

hablemos de los
multimillonarios

Elon, Mark, Warren, Jeffrey... ¿qué los define?
Un texto crítico sobre miles de millones,
filantropía, inequidad y abusos.

POR:
RODRIGO GUERRERO LUCIO.
ESTUDIA 7.º SEMESTRE DE LA
LICENCIATURA EN LETRAS.
UDEM.

¿Quién no ha soñado alguna vez en ser millonario? Ser Ricky Ricón y disfrutar de un McDonald's a un lado de nuestra habitación, por ejemplo. Sin embargo, al abrir las puertas de Twitter o cualquier otra red social, *hashtags* como #EatTheRich o #TaxTheRich son el pan de todos los días. ¡Pero si la riqueza es producto de trabajo duro!, dicen unos, mientras otros responden que la única forma de solventar la inequidad económica sería con un buen *steak* de la espalda de Elon Musk con vino para acompañar.

¿Qué está pasando en el mundo para generar estos discursos sociales? Imaginemos el panorama actual. Primero, debemos escuchar cómo es que Elon Musk y

Jeff Bezos hoy en día gritan: "¡Al infinito y más allá!", mientras compiten en una carrerita para ver quién es pionero en el mercado del turismo espacial y quién funda primero una colonia en Marte. Del otro lado, científicos de todo el mundo se postran frente a edificios corporativos, en videos que han sido *trending* desde abril de este año, gritando con desesperanza que jamás hemos estado tan cerca de una crisis ambiental.

¿De dónde brota el discurso social que transformó la riqueza de algo envidiable —y parte del sueño americano— a un símbolo de desigualdad y disrupción social?, ¿cuál es nuestra responsabilidad al contribuir en la inequidad?, y ¿qué tan correcto es remitir a la crítica social? Hablemos, entonces, de los multimillonarios de la Norteamérica empresarial.

Jeff
Bezos



Quizás en el mundo hubo muchos potenciales Jeff Bezos, pero solo él tuvo la suerte de nacer con los recursos suficientes (un préstamo de 200 mil dólares de su papá para invertirlos en Amazon, por ejemplo).

NO ES MUCHO, PERO ES TRABAJO HONESTO

¿Será cierto que la mayoría de los multimillonarios son legendarios *self-mades*? ¿Que solo con su inteligencia alcanzaron la riqueza? ¿Será que (como el clasismo lo dictamina) el pobre es pobre porque quiere? Por supuesto, se requiere un tipo de mentalidad, disciplina e inteligencia extraordinaria para llegar a ser un multimillonario, pero la descarada verdad es que usualmente estos hombres nacieron en condiciones que les

permitieron potenciar sus habilidades —de haber sido desprovistos de ellas, jamás podrían haber alcanzado las oportunidades ni el éxito que han tenido.

Quizás en el mundo hubo muchos potenciales Jeff Bezos, pero solo él tuvo la suerte de haber nacido con los recursos suficientes (un préstamo de más de 200 mil dólares de su papá para invertirlos en Amazon, por ejemplo). Entonces, ¿qué otros ídolos del capitalismo *self-made* podemos desmitificar? Va una pequeña lista:

Elon Musk

El niño genio nacido en Sudáfrica (el país con más inequidad económica en el mundo, según el Banco Mundial) creció en la cuna de una supermodelo y un inversionista que, por años, tuvo acciones de una mina de diamantes. El préstamo de su padre de 28 mil dólares, las *boarding schools* en Europa y las conexiones fueron de mucha ayuda para el joven Musk, por supuesto.

Bill Gates

El *nepotism baby* más rico del mundo. El éxito de su empresa fue gracias a su madre, miembro de la junta directiva de IBM y quien le echó una manita al conseguirle un contrato millonario para Windows.

Mark Zuckerberg

El llamado reptiliano de las redes sociales ha sido representado como el poseedor de una inteligencia magnífica y calculadora que le ayudó a conseguir su imperio. Sin embargo, cabe resaltar que siempre fue a escuelas de élite y tuvo tutores de programación privados antes de fundar Facebook.

Ahora, ¿qué podemos decir de las donaciones de estos magnates y por qué estas no son tomadas en cuenta en la crítica contra su riqueza? Es aquí donde se revela la problemática que varios filántropos presentan. Muchas veces sus donaciones —por más ceros que contengan— suelen ir a las usuales instituciones de “legado”, como las cataloga el experto en desigualdad económica Chuck Collins, y simplemente contribuyen a las mismas universidades, los mismos hospitales o las mismas fundaciones. ¿Dónde quedan las problemáticas actuales? Son pocas las donaciones por parte de este grupúsculo a inequidades raciales, recursos para afectados por la pandemia, para evitar la violencia contra las minorías, apoyar a migrantes...

La realidad es que la mayor parte de los filántropos (entre los más conocidos están Melinda y Bill Gates) donan recursos a fundaciones de las cuales tienen control y de las que solamente se requiere que un 5 % de sus ingresos sean distribuidos a organizaciones humanitarias cada año. En otras palabras: los Gates ponen 10 dólares dentro de su propio cochinito filántropo y

el gobierno les exige sacar 50 centavos de dólar al año para donarlos a fundaciones ajenas. Negocio redondo.

“I’M THE TAXMAN”

Vale la pena plantear cuestionamientos acerca de cuál es la realidad sobre las brechas económicas que el llamado 1 % ostenta. ¿No será que el surgimiento de los multimillonarios es un avance en la economía? Para plantearlo concretamente, lo podemos remitir al hecho de que, desde los años ochenta, en Estados Unidos el ciudadano promedio ha experimentado un 50 % más de ingreso anual.

El problema se ilustra mejor si lo contrastamos con el 400 % de incremento que los opulentos multimillonarios han experimentado a partir de entonces. Mejor explicado: un millón de segundos son 11 días. Mil millones de segundos son 32 años. Si tuvieras un millón de dólares y gastaras mil por día, se te acabaría en tres años. Mil millones de dólares, gastando mil al día, durarían 2,740 años. Así la vida de Elon, Mark, Jeff y varios más.

Bill y Melinda Gates ponen 10 dólares dentro de su propio cochinito filántropo y el gobierno les exige sacar 50 centavos de dólar al año para donarlos a fundaciones ajenas. Negocio redondo.



que otro año (varios, en realidad) sin pagar virtualmente nada de impuestos.

El multimillonario Warren Buffet, quinta persona más rica del mundo y *sensei* del *holding* empresarial, es una de las voces más importantes en dicha problemática y un ávido defensor en la lucha por el incremento de impuestos a los magnates. Es tan crítico del sistema económico actual, que en los últimos años se ha dedicado a señalar la inequidad como el asunto más grave para la sociedad —al punto que ha reportado que su secretaria paga más impuestos que él.

Los esfuerzos de Buffet han impulsado proyectos de ley que buscan regular la forma en la que los ricos pagan impuestos, promoviendo un discurso que encapsula las demandas colectivas detrás del popular *hashtag* #TaxTheRich. Sin embargo, ¿qué podrían estar haciendo los multimillonarios del mundo para ayudar con las disparidades económicas que dejan a tantos pobres y tan pocos ricos?

¿No será que se está demonizando a hombres que solamente han alcanzado su riqueza con base en esfuerzo honesto?

LA FELICIDAD AL ALCANCE DE UN CLIC

No quiero usar una balanza de “bueno” o “malo”. Prefiero cuestionar la eticidad que la riqueza, sus raíces y el lugar que los multimillonarios tienen en una sociedad

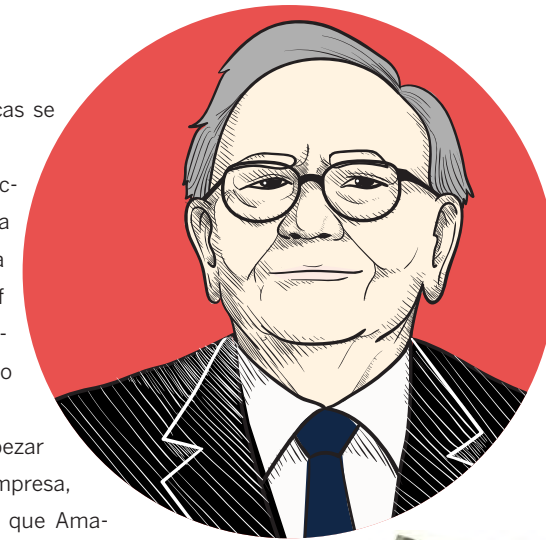
cuyas brechas económicas se han incrementado.

Una buena introducción a la problemática actual se encuentra en la polémica figura de Jeff Bezos, el segundo hombre más rico del mundo (y a veces el primero).

¿Por dónde empezar con Jeffrey? Por su empresa, claro. Si hay algo en lo que Amazon ha resultado sumamente proficiente y que establece una de las problemáticas actuales más alarmantes del siglo 21 es saber cómo capitalizar efectivamente el deseo humano. Sin duda alguna, nuestra cultura del consumismo nos ha condicionado a esperar que nuestras “necesidades” (o aquellas que el mercado crea para nosotros) sean gratificadas de forma inmediata (sobre esto, no dejes de leer nuestro artículo en la página 74).

Es precisamente esta mentalidad la que ha impulsado a la megacompañía de Bezos a gestionar un ambiente laboral dentro de sus bodegas de empaquetado donde cada trabajador es esperado a desempeñarse con la eficiencia mecánica de un engranaje.

El lado muy negativo: Amazon es conocida por emplear tácticas de intimidación contra sus trabajadores y de evitar que se sindicalicen. Las infracciones por parte de las autoridades a la empresa de Bezos son de varios colores, sabores y montones, pero no han tenido el efecto suficiente: siguen los abusos a empleados que protestan que las medidas sanitarias en espacios laborales (sobre todo en pandemia) son ineficientes... o siguen existiendo supervisores que mandan correos con el título “Puedes dormir cuando estés muerto” a trabajadores que son obligados a cumplir metas imposibles, con horas extras y descansos mínimos (incluye verse en la necesidad de orinar en botellas).



Warren Buffet

Lejos de Wall Street, Silicon Valley o de Marte, la realidad es que no toma mucha sagacidad para darnos cuenta que el mundo no es un lugar justo.

ENTRE EL CIELO Y EL INFIERNO

Lejos de Wall Street, Silicon Valley o de Marte, la realidad es que no toma mucha sagacidad darnos cuenta de que el mundo no es un lugar justo. Basta un dato del *Word Inequality Report* de 2022: la mitad de la población de México se encuentra en situación de pobreza, mientras que solamente el 10 % tiene acceso a la mayor parte de los recursos económicos.

Así como hay multimillonarios, hay muchos países en desarrollo (eterno) que se enfrentan a tasas de pobreza alarmantes. Quedaría satisfecho si dejo en el aire la posibilidad de ponderar que el privilegio, en cualquiera de sus diferentes formas, jamás terminará de ser un crimen sin víctimas y, quizás, en cuestión de cómo podemos aportar nuestro granito de arena, sería una ínfima nobleza personal reconocer la realidad sobre los beneficios y las consecuencias que nuestros privilegios provocan.

Tal vez nos demos cuenta de que algunas oportunidades estarán siempre construidas sobre las que algunos jamás tendrán y que, al fin y al cabo, de nada sirve felicitar al que ya tiene de más. ○

BE HERE NOW.

Be in the moment.

The **nOW is the greatest moment of our lives and it just keeps getting better.**

The bad parts the boring parts the parts with high anxiety.

Embrace every moment for its greatness.

THIS IS LIFE.

This is the greatest movie we will ever see.

— Kanye West

En 2002, dos semanas después de firmar su primer contrato, Kanye se quedó dormido manejando y chocó contra otro vehículo. El conductor del otro coche se rompió ambas piernas y el rapero se destrozó la mandíbula, por lo que tuvo una cirugía de emergencia (le colocaron una placa de metal en su barbilla y le cerraron la boca con un alambre). Esto no lo detuvo, siguió adelante y, unos días después del accidente, grabó con la boca cerrada su primer sencillo "Through the Wire". Fue un "hitazo".

DOBLE DOSIS Y REFUERZO



ALGUNOS DATOS INTERESANTES SOBRE LAS VACUNAS

NINGÚN AVANCE DE LA MEDICINA HA LOGRADO SALVAR TANTAS VIDAS COMO LAS VACUNAS. SON UNA DE LAS MEDIDAS SANITARIAS QUE MAYOR BENEFICIO HA PRODUCIDO Y SIGUE PRODUCIENDO A LA HUMANIDAD, ADEMÁS, PREVIENEN ENFERMEDADES QUE ANTES CAUSABAN GRANDES EPIDEMIAS, MUERTES Y SECUELAS. CONOCE MÁS SOBRE ELLAS.

POR: ELIZABETH LUCIO LOERA



A finales del siglo 18, en medio de la devastadora epidemia por la viruela que afectó a gran parte de Europa —causando la muerte de un tercio de la población inglesa—, el doctor de origen británico Edward Jenner observó que la viruela bovina, leve y poco común en el ganado, se podía contagiar de las vacas a los humanos a través de heridas tipo pústulas del vacuno. Esto afectaba en especial a los lecheros, que según la creencia popular eran aparentemente inmunes a la viruela humana que desencadenaba una enfermedad viral bastante más grave y letal.

A través de sus estudios observacionales, finalmente Jenner logró fabricar una sustancia líquida obtenida de la supuración de una ampolla de una mujer enferma y, en mayo de 1796, decidió inocularla a James Phipps, un niño de ocho años e hijo de su jardinero. Al confirmar que el pequeño solo presentó un cuadro



HISTORIA DE LAS VACUNAS

1796

La vacuna contra la viruela, desarrollada por el doctor británico Edward Jenner, fue la primera.

1853

La vacuna obligatoria de la viruela en Reino Unido genera una gran oposición. En 1898, la ley permite una vacunación voluntaria.



1885

Vacuna contra la rabia, creada por el científico francés Louis Pasteur.



1921

Vacuna Bacilo Calmette-Guérin (BCG) contra la tuberculosis.

1923

Vacuna contra la difteria.



1926

Tétanos y tosferina.



1936

Fiebre amarilla.



1944

Encefalitis japonesa.



1944-45

Primera campaña de vacunación contra la gripe.

1960

Polio.

1963

Sarampión.



de leve inflamación local, volvió a inocularlo meses después. Posteriormente, el menor dejó de presentar síntomas y se mantuvo completamente sano.

Luego de intentar comunicar su exitoso descubrimiento y que fuera rechazado por falta de evidencia, Jenner publicó sus conclusiones en un panfleto en 1798 introduciendo el concepto de vacunación. El Dr. Jenner dedicó el resto de su vida a la investigación de la viruela y su vacuna, ofreciendo vacunación gratis en su casa de campo a todo el que quisiera. Treinta años después de su muerte, la vacuna de la viruela se decretó obligatoria para toda la población inglesa.

EVENTOS SUPUESTAMENTE ATRIBUIBLES A LA VACUNACIÓN O INMUNIZACIÓN

Las vacunas previenen la aparición de síntomas graves y hallazgos importantes contra enfermedades. Algunas personas suelen presentar síntomas leves tras la vacunación, lo que es indicativo de que el organismo ya está empezando a adquirir inmunidad.

Los efectos adversos a la vacunación, como dolor, ardor e hinchazón en el lugar de la inyección, fiebre, cansancio, cefalea, mialgias, escalofríos y diarrea, entre algunos otros, no suelen persistir por mucho

tiempo, van desapareciendo espontáneamente a los pocos días de la aplicación.

ESCEPTICISMO

A pesar de ser la medida preventiva contra enfermedades virales más importante por su alta efectividad, aún hay quienes las consideran inseguras y se rehúsan a permitir que se las apliquen a ellos y a quienes dependen de ellos, como sus hijos.

Desde la publicación en 1998 de un informe que sugiere la relación entre las vacunas y el autismo, se ha notado un esparcimiento importante de la creencia de que las vacunas son dañinas. Existen tres importantes factores para la propagación del escepticismo o desconfianza hacia las vacunas: contexto histórico, político y sociocultural, los servicios de salud pública y las leyes de vacunación.

Otros factores con menor impacto son los profesionales en salud que las rechazan, la toma de decisiones personales, experiencias pasadas con vacunas, medicina alternativa y religión. Por otro lado, uno de los factores más influyentes son los medios de comunicación, que han contribuido a la desinformación y propagación de *fake news* sobre el contenido y efectos de las vacunas. Durante la crisis sanitaria por el coronavirus, el debate sobre las vacunas en redes sociales incrementó y discursos antivacunas ganaron popularidad.

CÓMO ACTÚAN LAS VACUNAS CONTRA EL COVID-19

Estas son las encargadas de permitir que nuestro organismo desarrolle inmunidad contra el virus que

causa el Covid-19, sin que para ello tengamos que contraer la enfermedad.

En la actualidad, hay tres tipos principales de vacunas contra el coronavirus que están aprobadas o autorizadas para su uso en Estados Unidos o que están en etapa de ensayos clínicos a gran escala (fase 3).

Los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) de Estados Unidos recomiendan que las personas que inician su esquema de vacunación o reciben una dosis de refuerzo lo hagan con las vacunas de Pfizer-BioNTech o Moderna (vacunas contra el COVID-19 de ARNm); sin embargo, la vacuna que reciba cada persona dependerá de su edad. En la mayoría de los casos se prefiere el uso de las vacunas de ARNm por sobre la vacuna Janssen de Johnson & Johnson (que es de vector viral). Aunque se prefiere la aplicación de las vacunas de ARNm, la vacuna de J&J/Janssen se considera en ocasiones.

Las de ARNm (Pfizer-BioNTech o Moderna) contienen material del virus que causa la enfermedad, que instruye a nuestras células para crear una proteína inocua que es exclusiva del virus. Una vez que nuestras células copian la proteína, destruyen el material genético de la vacuna. Nuestro organismo reconoce que esa proteína no debería estar presente y crea linfocitos T y linfocitos B que recordarán cómo combatir el virus que causa el Covid-19 si nos infectamos en el futuro.

Las vacunas de subunidades proteicas incluyen porciones inocuas (proteínas) del virus, en lugar del germen completo. Una vez que recibimos la vacuna, nuestro organismo reconoce que esa proteína no

debería estar presente y crea linfocitos T y anticuerpos que recordarán cómo combatir el virus si nos infectamos en el futuro.

Las vacunas de vector (Janssen de Johnson & Johnson) contienen una versión modificada de un virus diferente del que causa el Covid-19. Dentro de la envoltura del virus modificado, hay material del virus. Esto se conoce como “vector viral”. Una vez que el vector viral ingresa a nuestras células, el material genético las instruye para que elaboren una proteína exclusiva del virus. Con estas instrucciones, nuestras células hacen copias de la proteína.

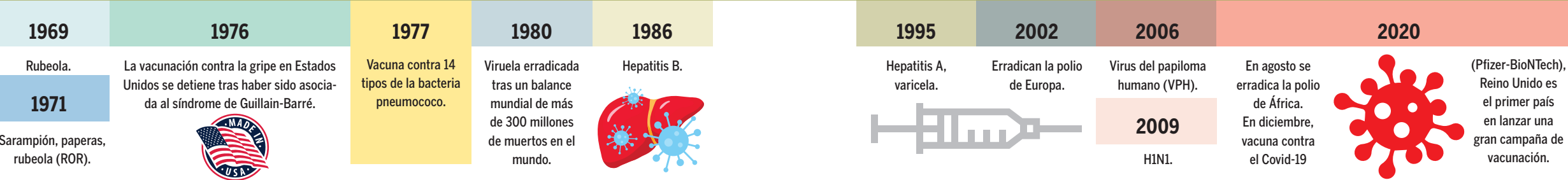
Esto despierta en nuestro organismo una respuesta y empieza a crear linfocitos T y linfocitos B que recordarán cómo combatir el virus si nos llegamos a infectar en el futuro.

Si bien el proceso de desarrollo de las vacunas contra el coronavirus fue bastante rápido, se han tomado absolutamente todas las medidas necesarias para garantizar su seguridad y efectividad.

DOSIS DE REFUERZO Y PRINCIPALES ADICIONALES

Las dosis de refuerzo restauran la protección contra el Covid-19 que podría haber disminuido con el paso del tiempo. Todas las personas de 12 años de edad o más que completaron el esquema de vacunación principal contra la enfermedad deberían recibir una.

La dosis principal adicional es para las personas con inmunodepresión moderada a grave que no generaron suficiente protección o ninguna protección tras completar el esquema de vacunación principal. ○



EL *PAW PATROL* DE LA UDEM

FOTOGRAFÍAS POR: FERNANDO GERARDO ZAPATA GONZÁLEZ
TEXTO POR: BRENDA MUÑOZ MUÑOZ

Ellos son los encargados de proteger a la comunidad UDEM. Su participación es clave en actividades como operativos mochila, protección en eventos institucionales y, sobre todo, vigilancia nocturna, ya que sus habilidades olfativas son altamente eficaces. Leales, valientes, ejecutan órdenes sin titubear y su mejor recompensa es el cariño de su entrenador.

¡TE PRESENTAMOS A LA UNIDAD K9!

(K= Ca y 9= Nine / Canine)

U N I K A
PASTOR BELGA MALINOIS

Edad: 8 años
Habilidad: Olfato
Mayor virtud: Excelente capacidad para detectar cosas con el olfato





ELVIS

PASTOR BELGA MALINOIS

Edad: 4 años
Habilidad: Guardia,
protección y olfato
Mayor virtud:
Obediencia



MILLY

PASTOR BELGA MALINOIS

Edad: 6 años
Habilidad: Olfato
Mayor virtud:
Ser muy social





Edad: 5 años
Habilidad: Olfato
Mayor virtud:
Gran tamaño y
ladrido potente

R E X
PASTOR BELGA MALINOIS



C I C I
LABRADOR RETRIEVER

Edad: 2 años
Habilidad: Olfato
Mayor virtud:
Ser muy social



CHAD
PASTOR HOLANDÉS

Edad: 6 años
Habilidad: Guardia, protección y olfato
Mayor virtud: Obediencia

MENTIÓN ESPECIAL

RENO



FUNDADOR DE LA UNIDAD K9
PASTOR BELGA MALINOIS

Edad: 14 años
Habilidad: Guardia y protección
Mayor virtud: Ser grande, imponente y muy social

Historia: Llegó a la UDEM en 2010 y cumplió con su servicio de guardia y protección hasta 2021, cuando falleció. Sus restos actualmente se encuentran en el Jardín Fundadores.





TE PRESENTAMOS VARIAS **BUENAS** ADAPTACIONES DE LIBROS A PELÍCULAS O SERIES.

POR: GONZALO GARZA GARZA.

ESTUDIA 1.º SEMESTRE DE LA LICENCIATURA EN CINE. **UDEM.**



BLADE RUNNER 1982

Blade Runner, una de las películas de ciencia ficción más icónicas del cine estadounidense, está basada en el libro *¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas?* (1968), de Philip K. Dick. El nombre no es lo único que cambió para complacer al público en general. Esta adaptación nos enseña la vida de Rick Deckard, un policía con la misión de eliminar a un grupo de androides con características idénticas a las de un humano. El dilema viene cuando Deckard (el legendario Harrison Ford) cuestiona su propia identidad y humanidad.

Blade Runner nos enseña la evolución de la inteligencia artificial y nos plantea qué pasaría si un robot que parece, habla y piensa como humano... ¿es humano? Cuando se estrenó, la cinta tuvo muy malas reacciones, ya que el público en general estaba acostumbrado a ver películas de acción más básicas y sin dilemas éticos profundos.

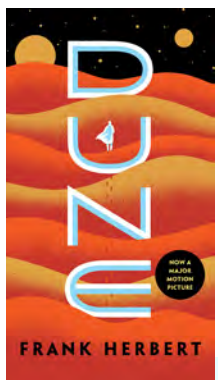




SUEÑOS DE FUGA 1994

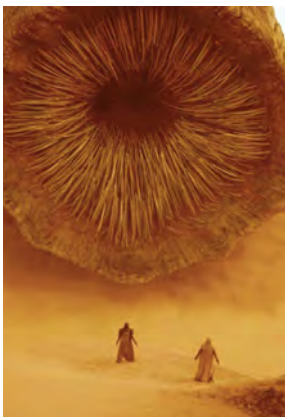
The Shawshank Redemption es una de las decenas de adaptaciones de los libros de Stephen King y esta obra maestra, tomada de una novela corta de King —*Rita Hayworth y la redención de Shawshank* (1982)— se encuentra en la lista de las buenas. Como detalle curioso: es la película con mayor *rating* en el sitio web especializado en entretenimiento audiovisual IMDb.com.

DUNA: PARTE UNO 2021



Dune (1965) es una novela difícil. El genio David Lynch la adaptó sin mucho éxito en 1984 y Alejandro Jodorowsky presentó en 2013 su documental *Jodorowsky's Dune* sobre un proyecto que nunca se hizo. Pero en 2021, casi 60 años después de su publicación, Denis Villeneuve nos mostró esta historia de viajes espaciales a la perfección. Lo que logró el cineasta canadiense es épico... y el público lo sabe.

Además, el mundo que el novelista Frank Herbert creó no es uno que se pueda enseñar en tres horas; por eso para la cinta dividió la historia original —que consta de seis libros— en dos partes, dejando la primera únicamente para introducirnos a los personajes, la atmósfera y la cultura.



“Ni pa’ que la hicieron”

PERO NO TODAS LAS ADAPTACIONES SON BUENAS.
AQUÍ TE ENSEÑAMOS TRES **BODRIOS**.



DORIAN GRAY 2009

El retrato de Dorian Gray es uno de los libros más reconocidos del siglo 19 y el más famoso de Oscar Wilde. En sí, es una novela que todo lector ha leído, quiere leer (o miente que lo hizo). Tiene una excelente historia y la serie de eventos que transcurren en la novela nos hacen razonar sobre los valores, la ética, el hedonismo y muchos tópicos filosóficos que Wilde proclama en un formato ficticio. Por esto, los *fans* de esta novela pensaron que la adaptación de 2009, protagonizada por Ben Barnes y dirigida por Oliver Parker, sería proporcional al libro... pero no fue así.

Rotten Tomatoes calificó a la película con 44/100, sobre todo porque la adaptación se deshizo de los temas sociales y se centró en diálogos huecos y momentos inmaduros. Este es uno de esos casos donde se adapta una obra literaria para el público moderno y le es arrebatada su esencia por completo.

LA TORRE OSCURA 2017

Ya vimos cómo una novela de Stephen King sí se puede adaptar y conseguir una buena película, pero *La torre oscura* nos enseña todo lo contrario, a pesar de su premisa sencilla.

Cuando se confirmó que la adaptación de esta novela estaba en desarrollo, mucha gente pronunció su preocupación de cómo se encargarían de una historia tan psicodélica. Lo que vimos fue una historia blanda y con varios símbolos para complacer a los fanáticos de King. o



POR QUÉ FOUCAULT IMPORTA EN 2022

¿Te cuesta trabajo entender qué pasa en el mundo y cómo sobrellevarlo? Las ideas de tres pensadores del siglo pasado (dos filósofos franceses y una intelectual estadounidense) te pueden ayudar a tener una visión más clara.

POR: MARÍA GARZA DÁVILA.
ESTUDIA 7°. SEMESTRE DE LA LICENCIATURA
EN FILOSOFÍA. UDEM.



Michel Foucault
(1926-1984)

La filosofía cansa con solo escuchar su nombre y nos parece un concepto viejo y que no sirve para nada (salvo cuando escuchamos “filosofía de vida”... pero eso no es filosofía). Olvidémonos por un momento de los filósofos griegos e intentemos hablar de filosofía reciente para explicar lo que sí es reciente.

Justo como hoy, en los sesenta, ocurría de todo. A nosotros nos tocó la guerra en Siria y en Ucrania, a ellos la Guerra Fría y la de Afganistán; a nosotros nos

tocó una ola del feminismo y un renacer en las luchas por el reconocimiento de la diversidad sexual, a ellos... también. Por lo mismo, no es difícil entender por qué filósofos de la talla de Michel Foucault y Jean Baudrillard, o la escritora e intelectual Susan Sontag siguen siendo relevantes hoy en día.

EL FOCO DE NUESTROS PENSAMIENTOS

Empecemos con Foucault (1926-1984), conocido con el cariñoso apodo de “El foco” por su calvicie tan brillante

como sus ideas. Era un filósofo francés, que desde sus inicios como pensador se dedicó a criticar el sistema. ¿No pensaste alguna vez que las tareas en la escuela no servían para nada? ¿Que la educación no te enseñaba, sino que te limitaba? A Foucault también le pasaba eso. Ser el chico con lentes no significaba que le gustara el *statu quo* y se dedicó a decir todo lo que estaba mal en él. Durante varias décadas se preguntó quién era el culpable del sistema y encontró que, de hecho, sí lo hay.

Pero más que culpables, existen motivos. Foucault concluyó que muchas instituciones, como las escuelas, las cárceles o hasta los hospitales, tienen como fin evitar que seamos nosotros mismos o, mejor dicho, ser lo que el sistema quiere que seamos. Las ideas de “El foco” pegan bastante. A Foucault, como a muchos de nosotros, nos enseñaron que debíamos de casarnos, formar una familia, ser de una u otra forma. Puede que estas ideas que te inculcaron no vayan contigo y tal vez no quieras formar un matrimonio, tener una familia, tal vez no te guste nadie, pero la cosa es que conceptos como la familia, las empresas y el gobierno no sacan el mayor provecho si decides ser tú mismo al 100 % y vives a tu manera. Esto te puede enfurecer o frustrar (o no), y aquí es donde entra Jean Baudrillard (1929-2007).

LA TRANSPARENCIA DEL MAL

Baudrillard también era francés, casi de la misma generación que Michel Foucault, pero él se interesó mucho por la reacción de la gente. Vivió en tiempos tan turbulentos como nosotros, con guerras cada cinco años y revueltas sociales como desayuno diario. Al analizar los movimientos de liberación en su momento, Baudrillard se dio cuenta de que, después de estos, existía cierta honestidad transparente por parte de todos aquellos que no estaban de acuerdo con las libertades individuales. Le llamó la transparencia del mal.



Jean Baudrillard
(1929-2007)

Volvamos a 2022. Cuando los primeros noticiarios en Europa transmitieron la crisis migratoria por el exilio ucraniano, escuchamos cosas como “no son como los árabes” o “son blancos, rubios con ojos azules, las personas que están muriendo, no son sirios, es diferente”. Esta cruda honestidad, que muestra de forma tan transparente los prejuicios y odio, como si fuera algo normal o lógico, no solo nos aterrorizó a nosotros, también a Baudrillard en su momento. Y aquí es donde entra Susan Sontag (1933-2004).



Susan Sontag
(1933-2004)

EL SUFRIMIENTO DE LOS OTROS

Sontag analizó cómo la exposición a las imágenes violentas no nos hace más cercanos a aquellas personas que sufren estas problemáticas, sino que provoca que la crueldad que pasan sea más digerible. Estamos tan expuestos a imágenes del sufrimiento del otro que nos hemos encerrado en nosotros mismos. Susan nos dice que para lograr salir de los problemas actuales que tenemos, necesitamos dejarnos afectar por estos: dejarnos perturbar por la disconformidad y sentir el dolor de cómo les afecta la crueldad de los demás, específicamente, aquella ejercida por personas con más poder que ellos.

Sontag nos regala una solución que va a requerir más terapia, sí, pero por lo menos no nos dejará en las mismas. Tal vez Foucault, Baudrillard y Sontag sean tan relevantes hoy en día porque no los escucharon lo suficiente en su momento, pero el problema es que no los escuchamos ahora porque nos son muy incómodos.

Puede ser, por ello, que sea mucho más fácil estudiar a Aristóteles o a Platón en la preparatoria. Lleva menos compromiso memorizar conceptos que reconocer nuestro dolor y el dolor de los demás, muy presentes en este año 22 del siglo 21. o

Vive y Aprende

INVESTIGACIÓN, CONSULTORÍA, TALLERES,
CURSOS Y EXPERIENCIAS PARA LA VIDA.

Como universidad, tenemos el compromiso de fomentar el aprendizaje en todas sus etapas.

Impulsamos a profesores y alumnos a participar en proyectos de **investigación** para generar conocimiento. Aplicamos lo aprendido a través de la **consultoría**, trabajando de la mano con grandes empresas.. Además, transmitimos el conocimiento desde nuestra área **aprendizaje permanente**, llegando así a todos los segmentos de la sociedad.

Con la intención de acompañarlos a **Vivir y Aprender** en todas las etapas de la vida.



Conoce la oferta de Vive y Aprende en: udem.edu.mx/ViveyAprende

VIVE Y APRENDE
UNIVERSIDAD
DE MONTERREY

“LA ESPERANZA
LE PERTENECE A
LA VIDA.

*Es la vida
misma*

DEFENDIÉNDOSE”

-Julio Cortázar



ILUSTRACIÓN: MARÍA VENELES



“LAS
PERSONAS
COMUNES
PUEDEN SER

extraordinarias

CUANDO SE
LES CONOCE
BIEN”

- *Gay Talese*

VALORES UDEM

La UDEM, en su proceso de planeación estratégica hacia 2030, ha actualizado misión, visión y valores con base en los retos del entorno y en las necesidades, aspiraciones y expectativas de las nuevas generaciones para mantener viva y vigente su herencia fundacional. Conoce nuestros valores UDEM.

POR: JEAN GUERRERO DIB, DIRECTOR DE IDENTIDAD Y PRINCIPIOS INSTITUCIONALES. UDEM.

BUSCAMOS LA VERDAD

ESTAMOS ABIERTOS A LA REALIDAD PARA DESCUBRIR SU SENTIDO MÁS PROFUNDO.

- Reconocemos la posibilidad de alcanzar la verdad.
- Estamos permanentemente abiertos a nuevas perspectivas de la realidad.
- Nos esforzamos por comprender el sentido y significado de las cosas.

RESPETAMOS LA DIGNIDAD HUMANA

RECONOCEMOS Y VALORAMOS A CADA SER HUMANO POR EL HECHO DE SERLO.

- Reconocemos que todos tenemos igualdad en valor y dignidad.
- Aceptamos y tratamos con respeto a las personas sin favoritismos ni discriminación.
- Somos incluyentes y procuramos el bien de cada uno de los miembros de nuestra comunidad.

VIVIMOS CON INTEGRIDAD

TRABAJAMOS POR VIVIR SIEMPRE EN CONGRUENCIA Y PROCURANDO EL MAYOR BIEN POSIBLE.

- Orientamos lo que somos y buscamos siempre la verdad y el bien.
- Buscamos la congruencia entre nuestro pensar, decir y actuar orientado al bien común.
- Luchamos por ordenar nuestras facultades y afectos para hacer lo correcto.

DECIDIMOS CON LIBERTAD

ELEGIMOS EL MAYOR BIEN POSIBLE PARA NOSOTROS MISMOS Y PARA LOS DEMÁS.

- Exploramos alternativas buscando la verdad con genuina sinceridad.
- Fortalecemos nuestra voluntad para elegir el bien.
- Tomamos la mejor decisión y perseveramos a pesar de las dificultades.

CONVIVIMOS CON RESPETO

TRATAMOS CON DIGNIDAD A CADA PERSONA Y TODO LO CREADO PARA VIVIR EN ARMONÍA.

- Reconocemos y apreciamos lo valioso en cada persona.
- Escuchamos atentamente y acogemos las inquietudes más profundas de cada uno.
- Nos acercamos al contexto del otro, evitando juicios.
- Buscamos el bien de los demás.
- Reconocemos y cuidamos la naturaleza.

LUCHAMOS POR LA JUSTICIA

NOS AFANAMOS EN CONSTRUIR UN ORDEN SOCIAL EN EL QUE CADA PERSONA PUEDA CRECER Y DESARROLLARSE.

- Empleamos nuestros talentos para transformar las realidades que generan desigualdad.
- Levantamos la voz por aquellos que no pueden hacerlo y denunciemos las injusticias.
- Salimos en búsqueda de los más necesitados y defendemos a los más vulnerables.
- Acercamos realidades que son distantes porque nos reconocemos constructores de paz y fraternidad.

DESEAMOS TRASCENDER

CONSCIENTES DEL SENTIDO PROFUNDO DE LA VIDA, ORIENTAMOS NUESTRAS ACCIONES COTIDIANAS HACIA LA CONSTRUCCIÓN DEL BIEN COMÚN.

- Reconocemos que la persona solo se realiza en el servicio y en la entrega sincera de sí misma a los demás.
- Reconocemos que somos seres espirituales con anhelos de amor, bondad, justicia, verdad y belleza que nos unen al resto de la humanidad.
- Contribuimos con nuestras acciones cotidianas para construir un mundo mejor. ○



FIESTAS INOPORTUNAS

NO TODOS FUERON RESPONSABLES

EL CORONAVIRUS SIGUE PRESENTE EN NUESTRAS VIDAS, AUNQUE TAL VEZ DE MANERA MENOS ALARMANTE, Y SE MANTIENEN FRESCAS EN NUESTRA MEMORIA LAS RESTRICCIONES QUE FUERON IMPUESTAS Y QUE MARCARON UN ANTES Y UN DESPUÉS. AUNQUE LA MAYORÍA NOS QUEDAMOS ENCERRADOS, HUBO MUCHOS OTROS ALREDEDOR DEL MUNDO QUE “EXPLOTARON” LAS FIESTAS CLANDESTINAS.

POR:
BRENDA MUÑOZ MUÑOZ
REDACTORA
INSTITUCIONAL UDEM

/// EN NUESTRO PROPIO ESTADO ///

**FIESTA CLANDESTINA EN MONTERREY**

Con la mayoría de las personas guardadas en sus casas, las redes sociales se volvieron la herramienta perfecta para visibilizar y denunciar a aquellos que tenían la imprudencia de reunirse en grandes celebraciones a pesar de lo importante que era contener el alza de contagios. No tardaron en circular en línea diversos videos de una fiesta clandestina que se realizó al norte del municipio de Monterrey, en la colonia Topo Chico. Se trató de una reunión masiva, de 100 personas, que violaron las medidas sanitarias y pusieron en riesgo su salud y la de los demás al exponerse de esa forma.

FIESTA CLANDESTINA EN ZUAZUA

Otro festejo multitudinario que se dio en pleno encierro fue el realizado en General Zuazua, Nuevo León, que dio mucho de qué hablar. Se reunieron 152 invitados en una quinta para escuchar música y convivir, olvidándose por completo de los cuidados sanitarios y de la alta probabilidad de contagiarse. El resultado fue que, después de un rato, la policía se hizo presente para exigirles que concluyeran la reunión. Ellos decidieron hacer caso omiso y las consecuencias no se hicieron esperar: fueron todos arrestados, incluido el grupo musical contratado para la fiesta.

/// EN OTRAS PARTES DEL MUNDO ///

**LA FIESTA DE LA VERGÜENZA EN MADRID**

Decenas de personas se reunieron en la calle Isaac Peral, justo delante de la entrada a urgencia del Hospital Clínico para celebrar una polémica y muy irrespetuosa fiesta. Para ellos no hubo límites: cantaron, bailaron y consumieron alcohol frente a la entrada del nosocomio como si los contagios y el número de personas enfermas internadas de los últimos meses hubieran sido solamente producto de una película de ciencia ficción.

CORONA-FIESTAS EN ITALIA

Por aquel tiempo se puso de moda hacer festejos privados en los cuales, al menos, un participante anónimo tenía coronavirus. La Fiscalía de Bolzano (norte de Italia) abrió una investigación al respecto, ya que estas reuniones se hacían con la intención de contagiarse de una vez y luego superar la enfermedad para poder obtener el certificado sanitario. La región de Alto Adigio era el lugar en el que estaban más de moda este tipo de fiestas, y también era la zona que poseía las cifras más altas de contagio en el país. No solo eso: ahí mismo tenían muy arraigada la oposición a las vacunas.

EL NEGOCIO DE LAS FIESTAS CLANDESTINAS

En Cataluña, los Mossos d'Esquadra (el cuerpo policial de la región) detuvieron a una banda de tres estafadores que se dedicaban a organizar fiestas ilegales en viviendas de turismo rural, sin el previo consentimiento de los propietarios. Resta decir que tampoco pagaban alquiler por usar las casas y, además, se tomaban la libertad de transgredir todas las normas sanitarias por el Covid. También, para reducir los riesgos de que los atraparan, noaban la ubicación de la reunión a los asistentes hasta ya muy entrada la noche. En total se calculó que organizaron 25 fiestas con 400 invitados en promedio.

/// POLÍTICOS SIN MIEDO AL CONTAGIO ///

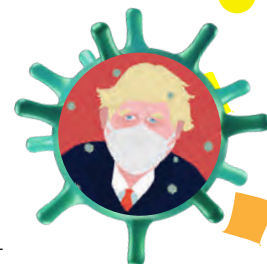
**SIN RESTRICCIONES EN DOWNING STREET**

Por allá de 2020, en pleno confinamiento, las fotografías del primer ministro británico, Boris Johnson, inundaron los medios de comunicación y provocaron la indignación general de la gente. La razón: el señor estaba brindando en la fiesta de despedida del director de comunicación de Downing Street, Lee Cain. En la reunión había más de ocho personas, que en ese entonces —en el que se prohibía casi cualquier tipo de socialización presencial en un mismo espacio—

se consideraba excesivo y un verdadero peligro de contagio. Al pasar de los meses, fiestas de Johnson siguen saliendo a la luz, tambaleando por completo su imagen pública e, incluso, su administración.

UN FESTEJO FUERA DE LUGAR

El presidente argentino Alberto Fernández pensó que sería inofensivo celebrar el cumpleaños de su pareja en plena pandemia. La realidad fue mucho peor de lo que imaginó. Su desastroso error terminó por empeorar las cosas cuando negó primero que fuera real la foto donde salía con nueve invitados. Su figura como presidente se deterioró al dejarse en evidencia cuando, semanas anteriores, él mismo había sido muy enfático al decir que se tenía que limitar el movimiento y el contacto con otros para poder contener la pandemia. Incluso llegó a comentar que él personalmente se encargaría de “encerrar” a quienes no cumplieran con la ley. ○



SAPIENS



1 LA IMPORTANCIA DE LAS VIRTUDES Y FORTALEZAS DE CARÁCTER

Probablemente nunca has escuchado sobre el VIA Institute of Character pero sí sobre las virtudes y fortalezas del ser humano. Es un instituto dedicado a estudiar científicamente las fortalezas del carácter, ya que pueden ser útiles mejorando el bienestar en distintos contextos, como el educativo, el organizacional, el comunitario y el de salud.

Las fortalezas de carácter son las buenas cualidades que poseemos todas las personas.

El Dr. Christopher Peterson (1950-2012), profesor de la Universidad de Michigan, y el Dr. Martin Seligman, profesor de la Universidad de Pensilvania, fueron los primeros en clasificar estas capacidades y rasgos positivos en la gente, proporcionándonos un lenguaje común para poder comprenderlos y analizarlos.

Esta clasificación se divide en seis virtudes humanas y 24 fortalezas de carácter universales a través de culturas y naciones, las cuales se encuentran organizadas en la siguiente tabla:

VIRTUD HUMANA	FORTALEZAS DE CARÁCTER		
Conocimiento y sabiduría	• Apertura mental y juicio crítico • Creatividad	• Curiosidad • Amor por el aprendizaje	• Capacidad de poner las cosas en perspectiva
Trascendencia	• Aprecio a la belleza y excelencia	• Gratitude • Esperanza	• Espiritualidad • Sentido del humor
Templanza	• Autocontrol • Prudencia	• Humildad • Saber perdonar	
Valor	• Valentía • Perseverancia	• Honestidad • Vitalidad	
Humanidad	• Bondad	• Capacidad de amar	• Inteligencia social
Justicia	• Liderazgo	• Trabajo en equipo	• Equidad

Una gran cantidad de estudios realizados en diversas culturas han demostrado que poseer fortalezas de carácter se relaciona con la salud mental. Por ejemplo, la esperanza, el entusiasmo, la gratitud, el amor y la curiosidad han sido los mejores predictores de la satisfacción con la vida.

Otras fortalezas también han mostrado estar relacionadas con un mayor afecto positivo, como la humildad y el sentido del humor. Y las fortalezas de esperanza, vitalidad, gratitud, curiosidad y amor han sido constantemente relacionadas con el bienestar subjetivo de una persona, incluyendo su felicidad, satisfacción en el trabajo y calidad de vida.

Estudios llevados a cabo en México han destacado una relación significativa entre las fortalezas de carácter y la felicidad. Nuestro equipo de trabajo encontró que las fortalezas más autopercebidas en los mexicanos son la integridad, la bondad y la gratitud. Por otro

lado, las menos percibidas son la autorregulación, el amor por el aprendizaje y la modestia.

El estudio de virtudes y fortalezas de carácter es fascinante y cada día adquiere más importancia por el impacto positivo que puede tener en nuestras vidas. Ejercitar y capitalizar nuestras fortalezas de carácter tanto en nuestra vida personal como en la profesional, nos llena de plenitud y nos lleva a una vida satisfactoria, en la que nos sentimos con más vitalidad y propósito, y donde todos podemos ser auténticos, tanto con nosotros mismos como con quienes nos rodean.

Existen muchas formas de acercarnos a nuestras fortalezas de carácter, desde su lectura, identificarlas al conocer más sobre personas que han sido un ejemplo para nuestra sociedad, escuchando podcast que nos inviten a reflexionar y, finalmente, hacerlas presentes y de manera intencional en nuestro día a día y en nuestras interacciones.



Norma A. Ruvalcaba Romero

Profesora investigadora del Departamento de Psicología Aplicada de la Universidad de Guadalajara. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (Nivel II). Jefa del Departamento de Psicología Aplicada. Sus trabajos e intervenciones profesionales se han centrado en el estudio y desarrollo de indicadores positivos de salud mental en niños, adolescentes y poblaciones de vulnerabilidad social.



Julia Gallegos Guajardo

Profesora investigadora de la Escuela de Psicología de la UDEM, fundadora y directora del Laboratorio de Salud Mental y Bienestar. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (Nivel I). Sus trabajos se enfocan en el estudio de la resiliencia, habilidades sociales y emocionales, y adaptaciones culturales de instrumentos e intervenciones basadas en evidencia científica. Entre sus reconocimientos está el *Solidaridad Endowed Presidential Fellowship*.



2 EL PODER DE LA LUZ A ESCALA NANOMÉTRICA APLICADA A MATERIALES INTELIGENTES

L

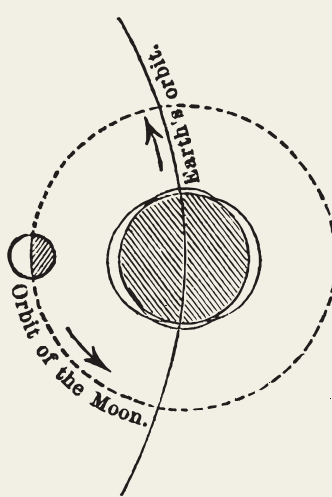
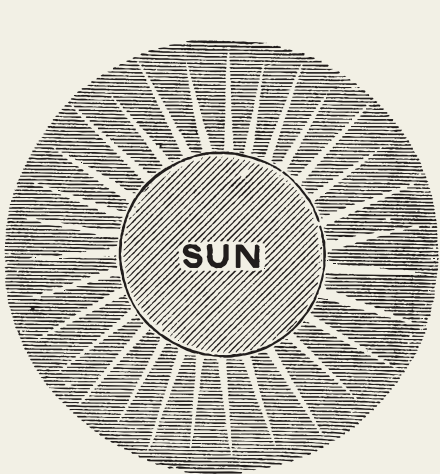
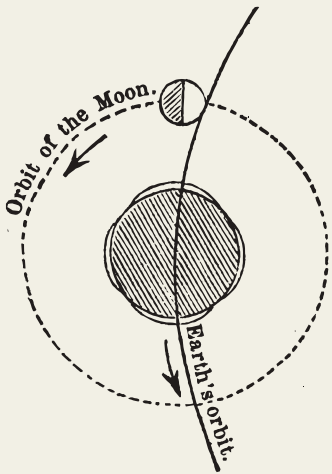
os avances científicos en el mundo han estado en un continuo progreso con el objetivo de proveer una mejor calidad de vida para el ser humano. Pueden enumerarse un sinnúmero de disciplinas que han obtenido grandes avances. Por ejemplo, en medicina se están desarrollando tratamientos

para enfermedades de alto riesgo, como diversos tipos de cáncer, diabetes, VIH/SIDA y, más recientemente, tratamientos para el SARS COV-2.

En neurología, los especialistas han diseñado mapeos cerebrales para definir la estructura del cerebro humano y entender de mejor manera su funcionamiento. En biología, el descubrimiento del ADN y el ARN aportó información trascendental sobre el papel que desempeñan estas moléculas, fundamentales para la preservación y transmisión de la información genética de los seres vivos. Pero, sin duda, uno de los mayores retos en el área de la biomedicina es el mapeo del genoma humano, que ayudará a prevenir y tratar muchas enfermedades que nos afectan en la actualidad.

Por otro lado, el descubrimiento del impacto generado por los contaminantes atmosféricos, que desencadenan fenómenos globales (como la destrucción de la capa de ozono), ha atraído mucho interés en áreas como la física y la química. Estudios demuestran que el calentamiento global es causado esencialmente por las emisiones de gases del efecto invernadero, dentro de los cuales el más analizado es el dióxido de carbono (CO₂), que se produce principalmente por la quema de combustibles fósiles para generación de diferentes tipos de energía.

Es aquí donde la ciencia de materiales ha encontrado un área de oportunidad, todo con la finalidad de reducir las emisiones de CO₂ a nivel mundial. Un ejemplo de ello es el diseño, la síntesis y la caracterización de los llamados materiales inteligentes, también conocidos como *smart materials*. El nombre “materiales inteligentes” se acuñó por la capacidad que tienen para ser adaptados en diferentes aplicaciones. Algunas de estas son el tratamiento de agua, puesto que son capaces de descomponer elementos inorgánicos que se encuentran presentes en ella. También pueden ser adaptados como recubrimientos en ventanas, para



que la transferencia de calor en edificios sea menor y el consumo energético más eficiente. Recientemente también se han estudiado estos materiales como capas absorbentes de radiación en celdas solares.

Investigadores tanto de la Universidad de Monterrey como de la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México han realizado estudios teóricos con la finalidad de describir el comportamiento de estos materiales y su interacción con la luz. Lo que se busca es diseñar materiales compuestos; es decir, materiales que combinen sus propiedades individuales y que, al fusionarlas, estos nuevos materiales obtengan mejores propiedades ópticas, entendiendo como propiedades ópticas aquellas que nuestro ojo percibe como color, transparencia u opacidad. Los materiales que se están diseñando se denominan nanométricos, y al interactuar con la luz producen fenómenos de interés tecnológico. El material compuesto que se trabaja en particular es una película semiconductora (tríóxido de molibdeno), la cual puede ser generada mediante diversos procesos físicos o químicos. Sin embargo, esta película semiconductora ha sido modificada introduciendo nanopartículas metálicas, y

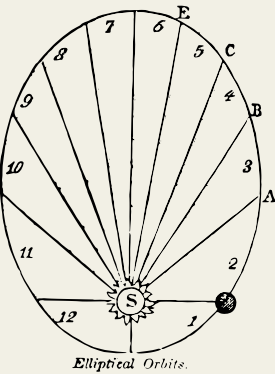
con ello se le han encontrado nuevas y mejores características.

Estas nuevas características han podido explicar fenómenos de absorción de luz para aplicaciones en celdas solares. Para describir estos fenómenos se utiliza un modelo matemático que describe las propiedades ópticas de los materiales y esto, a su vez, permite

Uno de los mayores retos en el área de la biomedicina es el mapeo del genoma humano, que ayudará a prevenir y tratar muchas enfermedades que nos afectan en la actualidad.

evaluar diferentes características físicas, según la aplicación tecnológica que se busque.

Hasta el momento, el trabajo de investigación desarrollado por el grupo abre las puertas para nuevas aplicaciones en las áreas de sustentabilidad y medio ambiente, un tema que hoy en día la sociedad civil y los científicos deben tener muy en cuenta. Por ello, la física y la ciencia de los materiales se volvieron ciencias de alto impacto, por su capacidad de generar herramientas que buscan mejorar nuestra calidad de vida, teniendo en consideración el ambiente. La escala nanométrica es un mundo por descubrir y describir.



Michael Morales-Luna
Doctor en Nanociencias y Nanotecnología, experto en el área de síntesis y caracterización de nanomateriales. Profesor investigador de la Universidad de Monterrey.

Gesuri Morales-Luna
Doctor en Ingeniería Eléctrica, experto en el área de óptica de sistemas coloidales y monocapas desordenadas de nanopartículas metálicas. Profesor investigador de la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México.

HÉROES

AQUÍ SÍ, EL TURISMO QUE INCLUYE A MIGRANTES



A SU PASO, LA PANDEMIA DEJÓ (O AGRAVÓ) DIVERSAS PROBLEMÁTICAS QUE NECESITAN UNA SOLUCIÓN DE NUESTRA PARTE. LA MIGRACIÓN ES UNO DE LOS GRANDES RETOS A ENFRENTAR Y, CONSCIENTES DE ESO, UN GRUPO DE ALUMNAS DESARROLLÓ UNA PROPUESTA QUE BUSCA FAVORECER A ESTA POBLACIÓN VULNERABLE.

POR: BRENDA MUÑOZ MUÑOZ,
REDACTORA INSTITUCIONAL UDEM

Uno de los temas más notables que acongoja a nuestro país es la crisis de migrantes provenientes de Centroamérica y el Caribe en busca de asilo permanente o temporal. Es la crisis migratoria más grande en 15 años, y continúa en aumento. Quienes llegan a México luego de verse obligados a dejar su hogar, tras pedir su solicitud de refugiados, descubren que lamentablemente no existen opciones de trabajo formal para ellos.

Preocupadas por esta situación, las alumnas de la Licenciatura en Turismo de la Universidad de Monterrey, Daniela Jacques Osuna, María José Zambrano Villarreal y María Fernanda Calderón Villarreal, se aventuraron a diseñar una propuesta llamada "Aquí sí, el turismo te incluye". Para la creación de este proyecto se basaron en el modelo *open*

hiring (en español, contratación abierta), que consiste en que la empresa incorpore a su plantilla laboral a personas sin tomar en cuenta su experiencia ni su formación previa. De esta manera pretenden generar una importante oportunidad de trabajo formal para los migrantes.

"Lo que nosotras buscamos es que empresas turísticas puedan darles oportunidades de trabajo a través del modelo *open hiring*. Es decir, no piden currículum, siempre y cuando la persona tenga un estatus legal en el país y quiera el trabajo; lo han implementado 10 empresas en Estados Unidos y les ha ayudado a incrementar mucho su productividad", expone Daniela.

Así no solo atacan una problemática social, sino dos. Esto debido a que, desde el inicio de la pandemia, se realizó un recorte considerable de personal en el área de la industria



Daniela Jacques Osuna,
María José Zambrano Villarreal y María Fernanda
Calderón Villarreal.

Primer lugar en la etapa local del Hult Prize.

turística y aquellos que se quedaron sin empleo decidieron o tuvieron que dedicarse a algo diferente; una vez pasados los meses críticos del confinamiento y con reglas sanitarias más relajadas, las empresas turísticas sufrieron por contratar o recontratar personal.

De acuerdo con las alumnas, el potencial de este proyecto radica en la importancia del turismo en el mercado mexicano (uno de cuatro nuevos empleos se relaciona con esta industria). Daniela señala que la propuesta es realizar la conexión entre las vacantes que se han identificado y los migrantes que deseen trabajar. Una vez dado este paso, sigue una oferta de capacitación a las empresas con el objetivo de contratar a migrantes, verificar su situación

legal y sus aptitudes laborales. "En una tercera fase llevaremos un acompañamiento del migrante hasta que se inserte a la sociedad, porque el migrante es un no mexicano que vive temas de adaptación cultural

y de integración laboral", comenta. De igual forma, agrega que esta propuesta aplica en destinos turísticos o ciudades en las que solo haya un desarrollo o industria turística, así como una concentración de migrantes.

Su propuesta obtuvo el primer lugar en la etapa local del Hult Prize, considerado el máximo concurso para emprendedores sociales a nivel mundial. Gracias a este triunfo fueron seleccionadas para pasar a la competencia regional que se llevará a cabo en la Ciudad de México.

FOTO: CORTESÍA

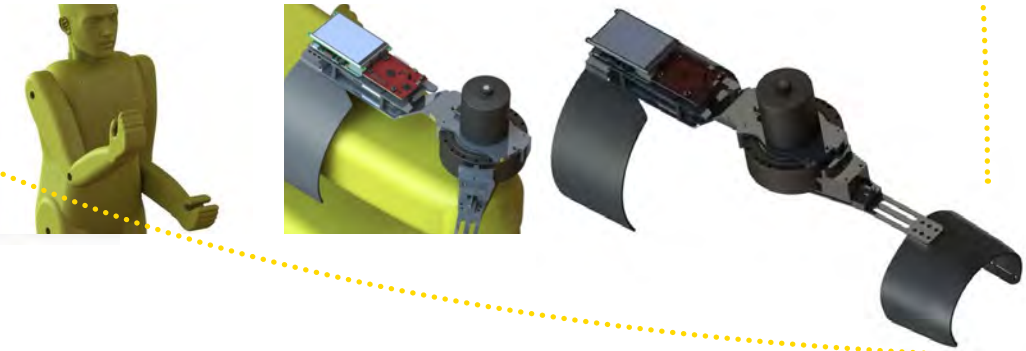
ARTICULACIÓN AUTÓNOMA



AYUDARÁ A MEJORAR



CAPACIDADES FÍSICAS



LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LA TECNOLOGÍA FUERON LAS ALIADAS DE TRES ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE MONTERREY, QUE UNIERON ESFUERZOS PARA DESARROLLAR UNA ARTICULACIÓN MODULAR, Y CON ELLA AYUDAR A MEJORAR LA MOVILIDAD DE LAS PERSONAS.

POR BRENDA MUÑOZ MUÑOZ,
REDACTORA INSTITUCIONAL UDEM

Vivimos en la era de la tecnología, que cada vez avanza más rápidamente en cuestión de innovación. Es la que permite que el día de hoy sea posible afrontar de mejor manera situaciones como las lesiones o la discapacidad.

Por ello, impulsados por el deseo de hacer un producto de valor con las herramientas que les brinda la tecnología, los estudiantes de la Universidad de Monterrey, Vanessa Alejandra Fernández Vega y José Francisco Rivas Araujo, del programa académico Ingeniería en Robótica y Sistemas Inteligentes, con la colaboración de Gerardo Antonio Rosales Martínez, del programa académico Ingeniería Biomédica, decidieron combinar conocimientos y esfuerzos para desarrollar una articulación modular exoesquelética.

El proyecto lleva por nombre “Modular System Development as an Autonomous Shared-Controlled Actuator for Exoskeleton Design” (“Desarrollo de un sistema modular como un actuador autónomo del control compartido para el diseño de exoesqueletos”). Consiste en un dispositivo con el objetivo de aumentar el desempeño de un individuo sin ninguna discapacidad o lesión, sin embargo, la visión a futuro es continuar trabajando en el proyecto para poder ayudar a personas con diferentes niveles de discapacidad e, incluso, alguien con paraplejía.

“Le regresaría la habilidad de caminar a una persona en silla de ruedas: es nuestra meta final”, indica Francisco. De igual forma, el alumno aclara que la pieza, además, puede

utilizarse para la rehabilitación de pacientes que han perdido la movilidad, por ejemplo, con atrofia muscular.

Esta articulación modular se planeó para ser sencilla de usar e intuitiva. No requiere tiempo de ajuste o de aprendizaje por parte del usuario, ya que no emplea sensores en los músculos, como lo hace el resto de los aparatos ya existentes en el mercado, con los que la persona debe aprender a combinar flexiones en sus músculos para controlar el dispositivo. “La pieza automáticamente detecta qué es lo que quiere hacer el usuario y, con base en esto, actúa y compensa para llevar a cabo el movimiento: no hay necesidad de calibración para el usuario”, detalla Francisco.

El trío de estudiantes tomó la decisión de desarrollar este proyecto debido a las distintas áreas de oportunidad que existen en los exoesqueletos actuales. Deseaban mejorarlos mediante esta propuesta.

Otros países ya han trabajado durante mucho tiempo en soluciones al problema de la movilidad de personas con lesiones o con discapacidad; sin embargo, los dispositivos que se han ido creando a lo largo del tiempo no son económicamente accesibles y su uso implica ciertas dificultades. Por ejemplo, en México, hay en el mercado un dispositivo que ronda el medio millón de pesos.

“Se han preocupado más por desarrollar un sistema mecánico que trate de compensar todos esos movimientos, sin embargo, toda esa tarea se puede llevar a cabo con inteligencia artificial”, concluye Francisco. ○



FOTOS: CORTESÍA

360° UDEM

ES UNA REVISTA DE TODOS, PARA TODOS Y CON TODOS

¿Qué significa ser México? Las cartas de la lotería sirvieron como inspiración para realizar el Proyecto Final de las clases de Fotografía de PR '22, el cual tiene como objetivo comunicar lo que actualmente representa a ese personaje, objeto, animal, sentimiento, para la sociedad y el significado de ser mexicana/o.

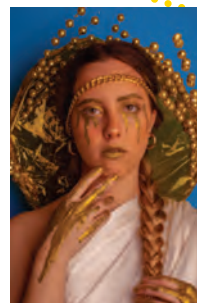
Ser mexicana/o es sentir orgullo por nuestro pasado, la cultura y nuestras tradiciones. El llamarnos

mexicanas/os no reside solo en haber nacido en estas tierras; reside en el respeto, la fortaleza, la unidad y el amor por nuestra patria.

Así lo demuestran estas fotografías que participaron en los concurso de portada, contraportada y artículo principal, bajo la asesoría de las profesoras Gabriela Guajardo Villarreal, Eva Pineda Otálora y Arantxa Rivera Caballero, y el profesor Rolando Angulo Gálvez.



EL PODER DE SER
MEXICANO
(*La Corona*)
Adriana Gasparri Ayala



EL SOL
Amanda Pérez-
Maldonado Guzmán



CON EL NOPAL
EN EL PECHO
(*El Nopal*)
Analucía San Miguel
López



LA ESTRELLA
Ana Paulina Carrillo



UN PARAGUAS,
UN REFUGIO
(*El Paraguas*)
Andrea Rodarte



LA SIRENA
Andrea Camila
González Garza



SÍMBOLO ESPIRITUAL
(*El Pájaro*)
Argelia Moreno Cavazos



LA MUERTE
Atenas Montserrat
Medellín Aguilar



BLLEDING HEART
(*El Corazón*)
Bárbara Belden



LA MANO
Camila González Sáenz



LA EMOCIÓN DE
UNA NACIÓN
(*El Melón*)
Carlos Eduardo
Prieto Díaz



ANDAMOS FRESCOS
(*La Sandía*)
Carolina Ibarra Palomera



LA LUNA
Claudia Itzel
Barrón Romero



ALLÁ, EN LA CIMA
(*La bota*)
Daiana Danaé
García Jasso



MENSAJERO DIVINO
(*El Pájaro*)
Danna Patricia
Chávez Cabello



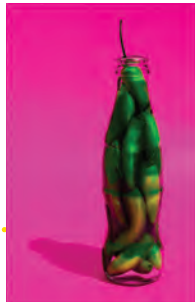
BODEGÓN
(*La Pera*)
Debora Garza Pruneda



VERBO MATA CARITA,
DINERO MATA TODO
(*La Rosa*)
Emiliano Díaz Díaz



ANTES MUERTA
QUE SENCILLA
(*La Calavera*)
Eugenia Castillo Figueroa



EL COLOR DE MÉXICO
(*La Botella*)
Hannia Nicole
Cantú García



EL APACHE
Ivanna Victoria Nava



EL APACHE
Jimena Martínez islas



DESDE LA RAÍZ
(*La Araña*)
Katherin Villarreal
Cavazos



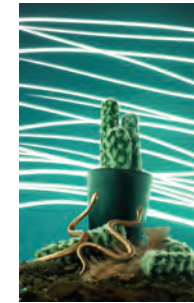
EL CAMARÓN
Mariana Lunagómez
Panés



LA DIVERSIDAD
DE MÉXICO
(*El Nopal*)
Mariana Sofía
Roca García



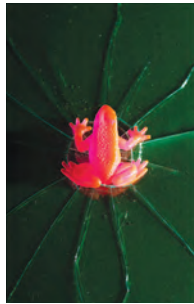
EL MÚSICO
Marisol Almaguer Hext



MÉXICO EN LA PIEL
(*El Nopal*)
Melissa Jonsson Caro



LA PERA
Miguel Portales Hopps



SER MUJER EN MÉXICO
(*La Rana*)
Lorena Montserrat
Chávez Tijerina



COMIDA DE VERDAD
(*La Pera*)
Lucía Maldonado
González



ANIMALES MÁGICOS
ALEBRIJES
(*La Rana*)
Lucía Alejandra Romero



EL VALIENTE
Marcela Gaytán Garza



CANTO DE LA RANA
(*La Rana*)
María Montserrat
Gutiérrez Fimbres



EL PLUMAJE DE LA
FUERZA
(*El Pájaro*)
Nicolás Prieto Díaz



MÉXICO MEGADIVERSO
(*La Araña*)
Paulina Estefanía
Cavazos



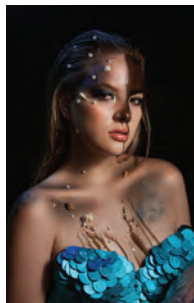
CORAZÓN DE ORO
(*El Corazón*)
Paulina González
Gracia



LA BOTA
Paulina Gullén Gaytán



UN SEGUNDO FINAL
(*La Escalera*)
Regina I. Macías Ortíz



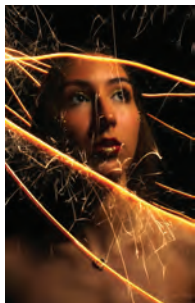
LA SIRENA
María Cristina Gourcy
Arteaga



AL MAL TIEMPO,
BUEN PARAGUAS
(*El Paraguas*)
María Estela Chavéz



EL SOL
María Mónica
Martínez Rojano



EL SOL
Mariana González Pérez



LA SIRENA
Mariana Lozano Olaiz



DESVANECIMIENTO DE
LA MONARQUIA
(*La Corona*)
Regina Morales Martínez



LA ESTRELLA
Salma Lizbeth
Salomon Mora



MEXICHAN
(*El Camarón*)
Sofía Belén Camacho

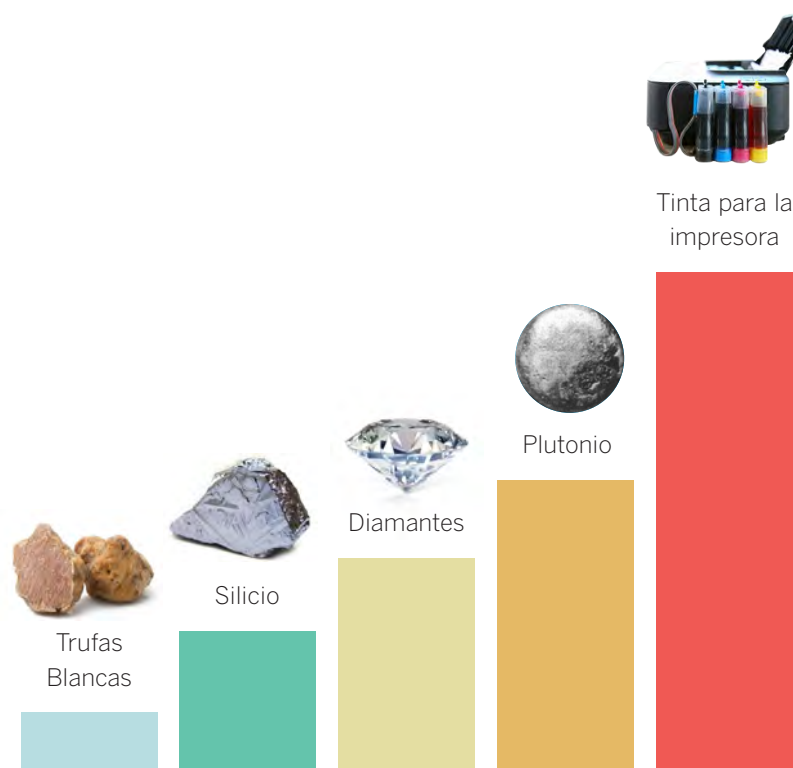


ATRAVESADOS
(*El Corazón*)
Valeria Marín Guzmán



BELLEZA MEXICANA
(*La Araña*)
Valeria Avrij
Valdez Isassi

¿CUÁLES SON LAS MATERIAS PRIMAS MÁS CARAS DEL PLANETA?



Fuente: Süddeutsche Zeitung Magazin

Retarme a aprender, inspira.

Conoce nuestro catálogo
de Diplomados, Cursos,
Talleres y Certificaciones



Conoce más:

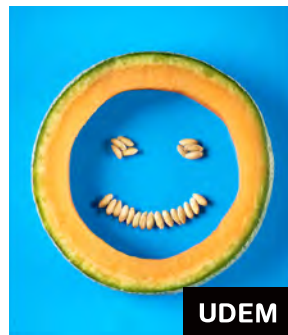
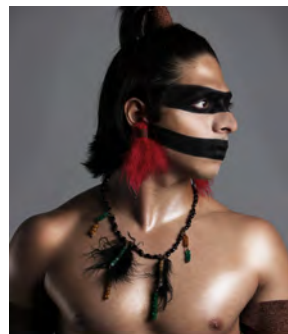


Tel. 81-8215-4800 | 81-2350-0806
aprendizajepermanente@udem.edu.mx
udem.edu.mx/viveyaprende

VIVE Y APRENDE
UNIVERSIDAD
DE MONTERREY

3 6 0 °

UDEM



UDEM