

3 6 0 °

U D E M



PEREGRINAR:

Un viaje a nuestro interior

NO. 09

LOS CARTELES MÁS ICÓNICOS
DE LA HISTORIA

DE AQUÍ Y DE ALLÁ:
NÓMADAS DIGITALES

EL MUNDO CHIQUITO:
TANAKA POR UDEMITAS

Personas 
comprometidas
con el {éxito}

UDEM

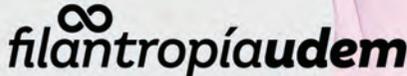


Conoce más



+dona / únete*

PERSONASQUEINSPIRAN.org





360°

UDEM

STATEMENT

COLOCA SOBRE EL PISO, FRENTE A TI, ESTA REVISTA ABIERTA EN ESTA PÁGINA

(usa una piedra para sostener la portada y que no se cierre)

PON TU PIE SOBRE LA IMAGEN DE LA HUELLA DE ZAPATO

(puedes quitarte el calzado o dejártelo puesto, no importa)

¿Listo? Ahí está.

Tu primer paso.

Ahora sigue caminando.

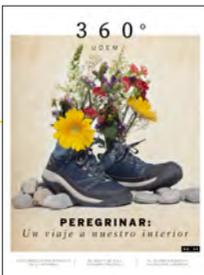
Relájate.

ASÍ SE EMPIEZA UNA PEREGRINACIÓN.

Disfruta esta novena edición de 360° UDEM. Nos divertimos mucho haciéndola para ti.
Que te sirva de inspiración para salir a caminar largos trayectos.

No. 09





**PORTADA
FOTOGRAFÍA:**
Daniela Meouchi

CARTA DEL RECTOR



QUERIDAS TROYANAS Y TROYANOS:

Todos hemos realizado un viaje alguna vez, y no necesariamente me refiero a algo muy lejano o complicado; bien pudo haber sido por carretera, fuera de la ciudad o a otro estado, por motivos diversos como salir de vacaciones o por algún compromiso en particular que nos orilló a salir de nuestro hogar.

Conocemos muchas historias de viajes que vemos reflejadas en libros, películas o series. En muchos de ellos existen desventuras y obstáculos pero al final, queda un gran aprendizaje.

En esta edición hablamos de los viajes, porque un viaje nos cambia por dentro, ya que no solo implica trasladarnos físicamente de un lugar a otro, sino que hacemos un viaje interior, por las experiencias que vivimos y las personas que conocemos en el trayecto.

Claro que en un viaje, como en la vida, nada es constante, vamos como peregrinos. Habrá partes del trayecto en las que sentirán que están avanzando muy bien y sin problemas, como si todo fluyera a la perfección. Habrá otros tramos por los cuales caerán varados por días o semanas, sin posibilidad aparente de

avanzar o con grandes retos, como ascendiendo el Everest. E incluso puede que pierdan el rumbo de su destino y se den cuenta hasta muy tarde que realmente querían avanzar hacia otro lado. Pero no se sorprendan ni se preocupen si pasa alguna de estas cosas. Es normal. Porque avanzar, retroceder, y hasta perderse y encontrarse forman parte de un camino hacia el crecimiento personal y espiritual.

Mi deseo para ustedes es que en las páginas de esta revista encuentren las palabras de aliento que no sabían que necesitaban para seguir avanzando. Que despierten la inspiración perdida para diseñar el futuro que quieren alcanzar. Y que se les revele la certeza de que formamos parte de algo mucho más grande que nosotros mismos, que estamos aquí para vivir el propósito de ser mejores personas cada día y trascender.

Avancemos con paso firme hacia adelante. El futuro nos inspira porque sabemos que nos esperan retos importantes, metas por cumplir y éxitos que harán que, al final, todo valga la pena.

**MARIO PÁEZ GONZÁLEZ / RECTOR
UNIVERSIDAD DE MONTERREY**



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

BRENDA MUÑOZ MUÑOZ
RESPONSABLE DE CONTENIDOS UDEM

FERNANDO GERARDO ZAPATA GONZÁLEZ
FOTÓGRAFO INSTITUCIONAL

ALEJANDRA KARINA LÓPEZ GARCÍA
COMMUNITY MANAGER

MARIANA MONTES GONZÁLEZ
ANDREA GORGONIA TREVIÑO PÉREZ
REDACCIÓN UDEM

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



JAVIER MARTÍNEZ STAINES
DIRECTOR EDITORIAL

FERNANDA AGUILAR FLORES
DIRECTORA DE ARTE

ALONSO AGUILAR
EDITOR EN JEFE

MAYRA MENESES
EDITORA DE ARTE

LORENA PONTONES
CORRECCIÓN DE ESTILO

EVERARDO ARÉCHIGA GARCÍA, CARLOS DELGADO DE ROBLES VAN DIONANT, RODRIGO GARCÍA PUERTA, MARÍA EUGENIA GUZMÁN BÁRCENA, ROSAURA G. LÓPEZ, JUAN JOSÉ MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, FERNANDO MATEOS, JUAN JOSÉ PACHUR PARÁS, IRMA PEÑÚÑURI GARCÍA, PAULINA QUINTANILLA SÁENZ, RAÚL ALFONSO RODRÍGUEZ PERALES, GABRIEL "SÉPTIMO" ROSILES CORTÉS, JOSÉ CARLOS SÁNCHEZ MACHUCA, DANIEL TREVIÑO COLUNGA, ANA RENATA VILLAR CANTÚ, EMMA VILLARREAL, DIANA WOOLRICH OROZCO.

COLABORADORES EDITORIALES

LORENA MONTSERRAT CHÁVEZ TIJERINA, ABRAHAM ESPINOSA RUEDA, NICOLAS GONZÁLEZ HERNÁNDEZ, MARIANA LUNAGOMEZ PANES, MARIANA SOFÍA ROCA GARCÍA, MELISSA VARGAS SEPÚLVEDA
ILUSTRADORES FOTOGRÁFICOS

FERNANDO GERARDO ZAPATA GONZÁLEZ
SHUTTERSTOCK
FOTOGRAFÍA

JAVIER MARTÍNEZ STAINES
FERNANDA AGUILAR FLORES



CONTE NIDO

No. 09

OTOÑO 2023

14 FILL IN THE BLANK

46 CARTEL

54/70/114 SMART PILLS

74 MOODBOARD

136 KICKER



PORTADA

PEREGRINAR: UN VIAJE A NUESTRO INTERIOR

- 20 El regalo de un padre a un hijo.
- 28 El Camino de Santiago: si quieres ir rápido, ve solo...
- 34 Peregrinar en México.
- 38 El Everest: mi límite vertical.

ENTRECOMILLAS

6/92

Frases poderosas que transformarán tu vida y te inspirarán. En esta edición: Neil Gaiman y Banksy.

BACKPACK + DESK

12

Alma Gloria Chapa y Regina del Carmen Garza nos comparten sus espacios más personales. ¡Conócelos!

NUMERALIA

16

México es turistalandia. ¿Cuáles son los países más visitados de América Latina?



FEED

8

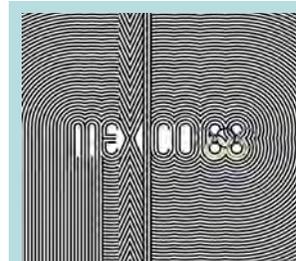
Libros para entendernos mejor (a nosotros mismos).

48 LA DECEPCIÓN DE LOS GRANDES INNOVADORES

¿Qué podemos aprender?

52 BROTOPIA

Cultura "Bro" en Silicon Valley.



56

POR MI CARA BONITA ME CONOCERÁS

Los carteles más icónicos de la historia.

64 8.000.000.000

Las implicaciones de nuestra superpoblación mundial.

68 EL COACHING DE VIDA

El camino hacia el éxito.

72 BEREAL: LO QUE NO FUE

Ascenso y descenso de *The Next Big Thing*.



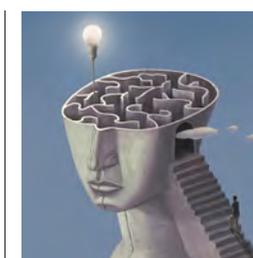
76 LA NUEVA F1

Ya es uno de los deportes más rentables del mundo.



80 ¿QUÉ ES EL GRAFITI?

Una mirada sociológica a lo que está en nuestras paredes.



84 LOS SUEÑOS

Según la medicina, la psicología y el arte.



94 ECONOMÍA CIRCULAR

El apellido de la sustentabilidad: breve guía ilustrada.

98 DE AQUÍ Y DE ALLÁ:

Un análisis a los nómadas digitales.

102 EL MUNDO CHIQUITO

Tatsuya Tanaka por la UDEM.

108 ¿CUÁNTO CUESTA VER A ADELE EN CONCIERTO?

Comparativo entre países.

110 LA IA COMO HERRAMIENTA DE CREACIÓN

Explorar nuevas fronteras.



SAPIENS



124 ARQUITECTURA PARA LA INCLUSIÓN.

126 EL CIUDADANO QUE ARISTÓTELES QUIERE QUE SEAMOS.



116

PORTAFOLIO 360°

Mi ser es uno misionero.

128 HÉROES

130 CLASSNOTES

132 360° UDEM ES DE TODOS

Los proyectos que concursaron para ser la portada.



112

MANIFIESTO 360° INSTRUCCIONES PARA DISTRAERSE



“
LOS
CUENTOS

SON PEQUEÑAS VENTANAS A OTROS
MUNDOS,
A OTRAS MENTES Y
SUEÑOS.

SON VIAJES
QUE PUEDES HACER
AL OTRO LADO DEL
UNIVERSO
Y VOLVER A TIEMPO
PARA CENAR.

—NEIL GAIMAN”



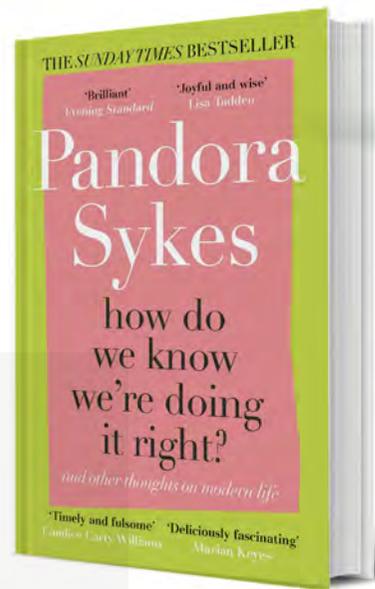
ILUSTRACIÓN: SHUTTEROCK

FEED

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

LIBROS

PARA ENTENDERNOS
MEJOR (A NOSOTROS
MISMOS)



Todo lo que sé sobre fiestas, citas, amigos, trabajo, vida, el amor, de Dolly Alderton

Tan salvajemente divertido y conmovedor como la vida de cualquier veinteañero que crece navegando entre desengaños amorosos y relaciones desastrosas. Alderton se propuso dar cuenta de sus años de retos y locura en este ameno libro trufado de amores y desamores, relaciones intensas que fracasan, trabajos precarios y amigos que siempre están ahí.

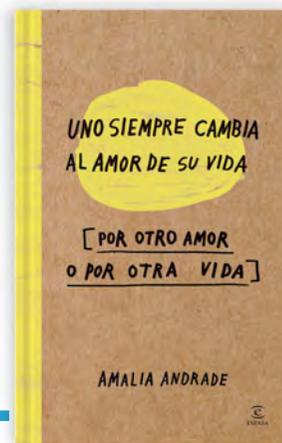
¿Cómo sabemos que lo estamos haciendo bien?

Y otros pensamientos sobre la vida moderna, de Pandora Sykes

La vida moderna está llena de oportunidades, pero ¿cómo sabemos que estamos tomando las correctas? ¿Por qué, en nuestros intentos de hacer la vida más fácil, a menudo la hacemos más difícil? Con un toque ligero y un montón de humor, Sykes profundiza en los mitos que nos han vendido y en las historias que nos contamos, en un intento oportuno para animarnos a considerar las vidas que una vez llevamos y cómo podríamos servirnos mejor. Es hora de dejar de buscar las respuestas y comenzar a deleitarnos con las preguntas.

Uno siempre cambia al amor de su vida (por otro amor o por otra vida), de Amalia Andrade

Un manual para sobrevivir a un corazón roto y, sobre todo, para asumir que está bien estar mal. Con una mirada positiva, enérgica y con toques de humor, Andrade construye un kit de primeros auxilios absolutamente interactivo: muy útil para combatir el desamor a través de reflexiones, consejos, recetas y montones de listas e ideas ingeniosas capaces de transformar una experiencia negativa en una fuerza liberadora.



FOTOS: CORTESÍA Y SHUTTERSTOCK

MÚSICA PARA EL ALMA

DE VUELTA AL PASADO

¡Por primera vez desde 1987, en 2022 las ventas de vinilos superaron a las de CDs! Un reporte en Estados Unidos afirma que se vendieron más de 41 millones de discos de vinilo el año pasado por una suma de 1.2 mil millones de dólares. En cambio, solo se vendieron 33 millones de CDs por un valor de 483 millones. Pero tampoco es como una vuelta definitiva al pasado: los ingresos por servicios de streaming, que incluyen "suscripciones pagadas, servicios de publicidad, radio digital y personalizada, plataformas de redes sociales, aplicaciones digitales de fitness y otros" crecieron 7 % y alcanzaron un récord de 13 mil 300 millones de dólares.

LAS PLATAFORMAS DE MÚSICA SE REINVENTAN

Las apps de audio están diseñando un nuevo plan para enganchar más al usuario, con apoyo de fuentes multisensoriales y fluidas para la interacción visual. Spotify, por ejemplo, ha mejorado su oferta: el servicio de música digital introdujo una fuente vertical en el diseño de su aplicación que se asemeja a las fuentes de desplazamiento de TikTok e Instagram. Los usuarios ahora se encontrarán con vistas previas de video y audio a través de una función similar a una línea de tiempo, como una actualización de los carruseles de listas de reproducción, álbumes y recomendaciones. En febrero, Spotify también presentó un DJ de



inteligencia artificial que selecciona listas de reproducción personalizadas de acuerdo con el gusto musical de cada oyente y el contenido más escuchado, presentado con una voz dinámica que "da vida a voces asombrosamente realistas a partir del texto", según un comunicado de prensa.

TikTok, por su parte, está probando podcasts, un paso definitivo hacia la funcionalidad de la app. Con esta actualización, los usuarios podrán escuchar el contenido como audio de fondo, incluso si navegan a otra aplicación en sus dispositivos (al día de hoy, la app detiene cualquier video cuando cambias a otras apps).

LOEWE Y GHIBLI: EL MARKETING LLEGÓ AL ANIME

La reconocida compañía de animación japonesa Studio Ghibli y la lujosa casa de moda española Loewe lanzaron juntos su tercera y última colección en febrero de este año. El lanzamiento de edición limitada se basa en la película animada *El increíble castillo vagabundo*, del director Hayao Miyazaki —una de las cintas de mayor éxito comercial en Japón—. Las escenas del filme inspiraron diseños de chamarras, accesorios, carteras y bolsas. Además, un personaje, el demonio de fuego Calcifer, influyó en una de las fragancias más nuevas de Loewe. Espacios para mayor promoción siempre habrá.



FEED

LOS ESENCIALES:



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 2023.



SOY UDEM

¿Pasas de prepa a profesional? ¡Vive al máximo la experiencia de este evento!

¿Cuándo? Octubre de 2023.

EVENTOS UDEM



COMMENCEMENT OT'2023

Es momento de celebrar a los graduados UDEM como se merecen. ¡Felicidades, generación 2023!

¿Cuándo? Diciembre de 2023.

CÁTEDRA JORGE L. GARZA UDEM INSPIRA



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

¿Cuándo? Octubre de 2023.

CREATIVOS, PASEN POR AQUÍ



Dirígete al CRGS para un evento con artistas de reconocimiento internacional donde conocerás tendencias y proyectos innovadores. ¡EI UDESIGN es organizado por alumnos!

¿Cuándo? Septiembre de 2023.

LOS ESPIRITUALES:



MISA DE FIN DE SEMESTRE OTOÑO 2023

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

¿Cuándo? Noviembre de 2023.

ORACIÓN DE ANIVERSARIO UDEM



Sé parte de la oración por el aniversario 54 de la Universidad de Monterrey. Fortalece la identidad y misión de la UDEM.

¿Cuándo? Septiembre de 2023.

RALLY

¡SEAVENGER HUNT!

TÓMATE UN BREAK. JUGUEMOS CON ESTA REVISTA —PORQUE ESTE PROYECTO TAMBIÉN ES ESO:

JUEGO DE CREATIVIDAD

UN OBJETO MÁS QUE UN OBJETO.

LA IDEA ES SENCILLA: ADIVINA EL NÚMERO Y ACUDE A LA PÁGINA.

¡EMPEZAMOS!

¿En qué año nació Ariana Grande?

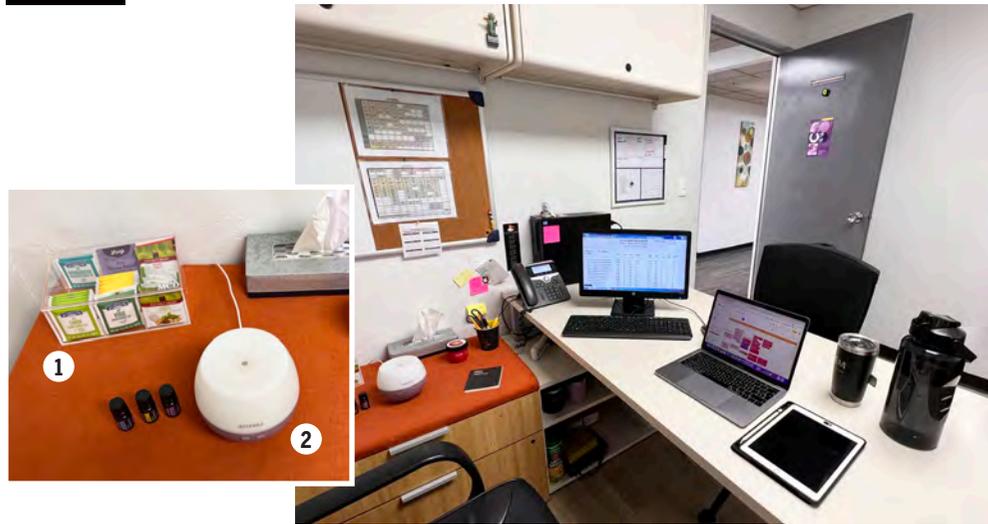




ALMA GLORIA CHAPA CHAPA
DIRECTORA DEL PROGRAMA ACADÉMICO DE MÉDICO CIRUJANO DENTISTA. UDEM.

Como buena dentista, Alma Gloria te pide que vayas a verla más veces de las que crees en el año. Su oficina invita a que lo hagas.

DESK



1. TÉS:

Me encanta tomar un té diario, justo al iniciar el día. Puede ser de limón, hierbabuena, verde o bien de manzanilla.

2. DIFUSOR:

Mientras se prepara mi infusión, coloco el aceite esencial para armonizar el ambiente. El aroma cambia cada día: puede ser lavanda, limón, menta o mezclas de aceites ya preparadas.

3. SUCULENTA:

Un toque verde en la oficina para que dé más vida y color. Es bonito ver cómo crece.

4. TIPODONTO Y CEPILLO:

Cuando alguien los ve, suele acercarse: son una herramienta curiosa que invita a la conversación y son emblemáticos para mí por mi profesión.

5. DULCES:

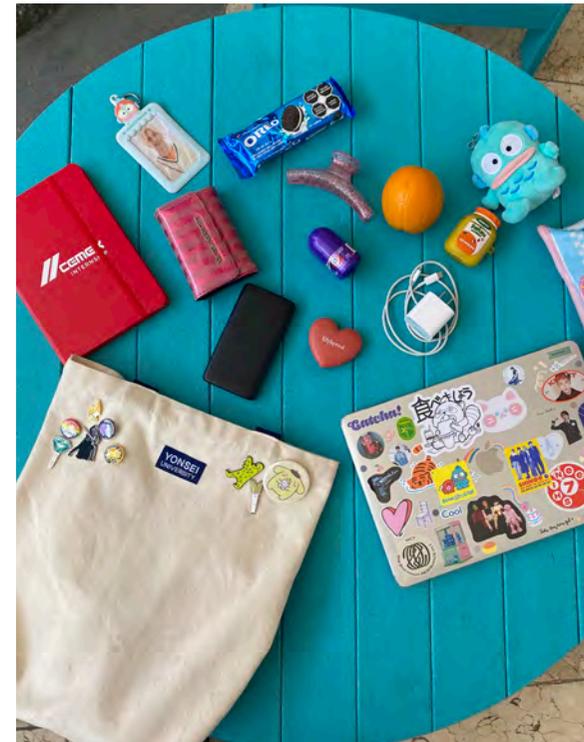
A pesar de ser dentista, siempre tengo en mi oficina dulces o chocolates para mis visitas. Los ofrezco con la única condición de que se cepillarán los dientes al terminar de comerlos.

6. AGUA:

Tomo mucha agua, por lo que el termo nunca falta en mi espacio.



BACKPACK



REGINA DEL CARMEN GARZA VILLARREAL
ESTUDIA EL 9.º SEMESTRE DE LA LICENCIATURA EN ANIMACIÓN Y EFECTOS DIGITALES. UDEM.



A Regina, a quien le dicen "Tabi" de cariño, le gusta tener cierto control de las cosas, pero se permite licencias para que cada día sea especial.

Su mochila, con la que siempre sale, es muestra de ello.

1. BLUSH:

Jamás salgo de casa sin él. Siento que, a pesar de verme cansada, su magia hace que mi cara se vea más iluminada. Tiene su espejito y lo uso en caso de que necesite verme.

2. DESODORANTE:

Siempre llevo uno conmigo porque me causa ansiedad oler mal y no darme cuenta.

3. LLAVEROS:

Son dos: un peluche del personaje Hangyodon de Sanrio y un *card holder* con una foto de Hendery, mi *idol* favorito e integrante de la banda de k-pop WayV. El llavero de Hangyodon me lo regaló una amiga cuando estábamos de intercambio en Corea del Sur y me hace muy feliz traerlo a todas partes conmigo; el *holder* me lo dio otra amiga y contiene la tarjeta del metro de Seúl.

4. AIRPODS:

Si estoy sola es muy probable que esté escuchando música. Me gusta mi funda, creo que va con mi personalidad.

5. NARANJA:

Siempre cargo con frutas, pero jamás me las como yo. Me gusta compartirlas y ofrecerlas cuando estoy con más personas. Creo que compartir comida es una manera bonita de conectar con la gente.

FOTOS: CORTESÍA

CON ESTE

F I L L I N T H E B L A N K T H E B L A N K

QUEREMOS QUE HAGAS UNA REFLEXIÓN DE TUS CONSUMOS.

En estas dos páginas apunta *(¡no dibuja!)*

todo (nos referimos a

T = O = D = O)

lo que consumes o lo que compras en un día (¿lo quieres extender a una semana? ¡Venga!).



NUMERALIA

MÉXICO: TURISTALANDIA

América Latina recibe a más de 200 millones de visitantes cada año. ¿Qué países visitan?

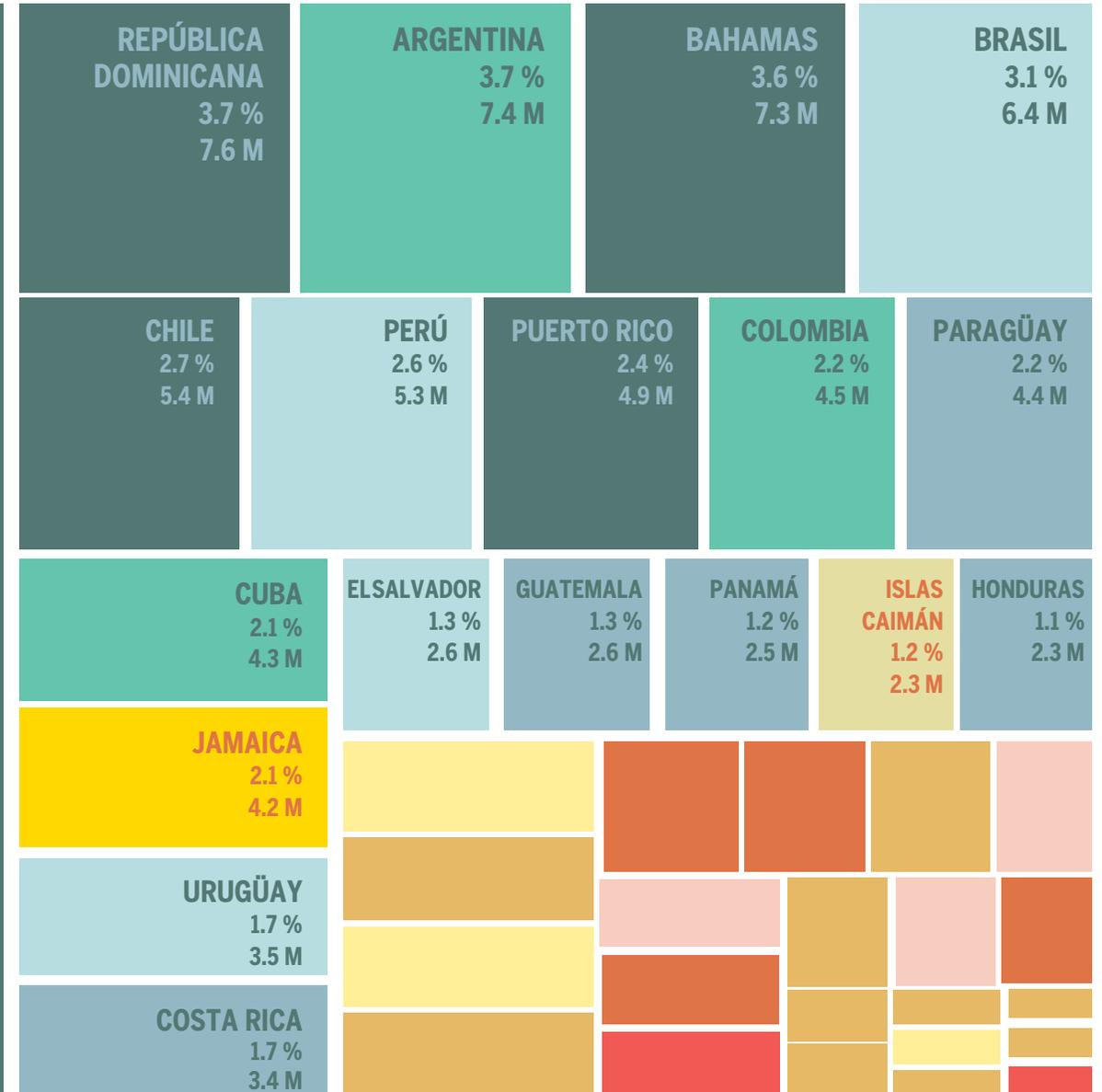
¿Qué significa esto en la economía mexicana? En 2022, la derrama económica generada por los turistas internacionales ascendió a un poco más de 26.3 mil millones de dólares. Podríamos comprarnos 20 palacios de Buckingham (valuado, si es que se vendiera, en 1.3 mil millones).

MÉXICO

48.3 %
97.4 M



FUENTE: BANCO MUNDIAL Y EL FINANCIERO (HTTPS://BIT.LY/3JR3G3H)





INSPIRACIÓN

para llevar tu conocimiento al siguiente nivel

 @UDEM
 @GenteUDEM
 /universidaddemonterrey
 Universidad de Monterrey
 GenteUDEM



Conoce nuestros
programas de
posgrados



PEREGRINAR
EN LA VIDA:
el regalo de un padre a su hijo

¿Qué es peregrinar? La pregunta tiene muchas, muchísimas respuestas. El autor, un peregrino avezado, nos comparte una a través de las enseñanzas de su padre.

POR: **JUAN JOSÉ MARTÍNEZ RODRÍGUEZ.**
DECANO DE LA ESCUELA DE NEGOCIOS. UDEM.

ILUSTRACIONES: STOCK



Muchas gracias por todo, nos vemos más adelante”. Eso le dije a mi padre al oído, y unos momentos después estaba adelantándose en el camino, un miércoles de abril de 2022. Recuerdo con cariño que constantemente teníamos algunas conversaciones profundas sobre el sentido de la vida. Ante mis inquietudes, me respondía: “La vida es más sencilla, hijo”.

No hay un instructivo para la vida. Lo único que sabemos es que hay que caminarla y decidirla mientras la vamos descubriendo, así hasta el último día de nuestra existencia. O, expresado en reflexiones quijotescas: “Uno no sabe quién es hasta el último día de su vida”.

Tal vez por eso peregrinar es parte sustancial de la humanidad. Cuando se habla de este concepto que supone el andar por tierras desconocidas, por lo general existe una relación con un proceso religioso, demandante; esto es importante, pero no lo es todo: es una idea que aplica para todas y todos, aunque pocos intentan vivir la peregrinación conscientemente.

Si buscas la palabra “peregrinar” en el diccionario de la Real Academia Española, hay definiciones que incluyen verbos como caminar, andar, ir, buscar, resolver, entender la vida, recorrer; si buscamos ir un poco más allá de las definiciones, nos podemos dar una idea de la relación directa entre peregrinar y vivir.

Si buscas “peregrinar” en el diccionario de la RAE, hay definiciones que incluyen verbos como caminar, andar, ir, buscar, resolver, entender la vida, recorrer.

LAS FRASES DE MI PADRE

¿Cómo aprendemos a darle un sentido a esta relación? Vale la pena analizar este punto, pero sobre todo compartirlo. Quisiera hacerlo a través de algunas frases que aprendí de mi padre, las cuales al día de hoy me han ayudado a sentir que vale la pena cada segundo en esta vida.

“BUSCA ESTAR PRESENTE EN LA VIDA DE LOS DEMÁS”

Cuando comenzamos a peregrinar en la vida, siendo pequeños, nuestras preocupaciones suelen ser sencillas: hacer tarea, limpiar el cuarto, salir con los amigos; en ocasiones, no valoramos los pequeños detalles que construyen grandes proezas.

Recuerdo que, cuando llegaba a casa de la escuela, había un rito que consistía en cambiarme de ropa, lavarme las manos, sentarme a comer y, de pronto, escuchar el ruido de un motor. Era un auto Crown Victoria 1984, color vino, viejito, pero bien cuidado (aunque casi siempre se le caía el mofle y en ocasiones las ventanas no subían). Significaba que papá había llegado de la oficina para comer con su familia.

Siendo un niño, me ponía muy contento que comiera con nosotros. Era poquito el tiempo que teníamos para conversar y él siempre fue mi modelo

a seguir, pero no entendía por qué venía todos los días solamente para comer en casa y mucho menos en un auto tan viejo.

“Papá, ¿por qué no cambias el carro por uno más nuevo?”, era mi reproche. La respuesta era la misma una y otra vez: “El carro nuevo está en ustedes, en su educación”.

A esa edad no entendía la respuesta. Treinta años después, tiene todo el sentido del mundo. Cuando comenzamos a peregrinar, no entendemos todo, pero traemos las ganas y energías para andar y, aunque queremos entender y comernos al mundo, nos quedan experiencias por vivir. De aquí viene el desarrollo del peregrino: hay que entender que algo que nunca faltará es “lo que sea necesario para que sigamos adelante” y esto siempre será provisto de alguna manera por Dios, aunque no lo entendamos en el momento.

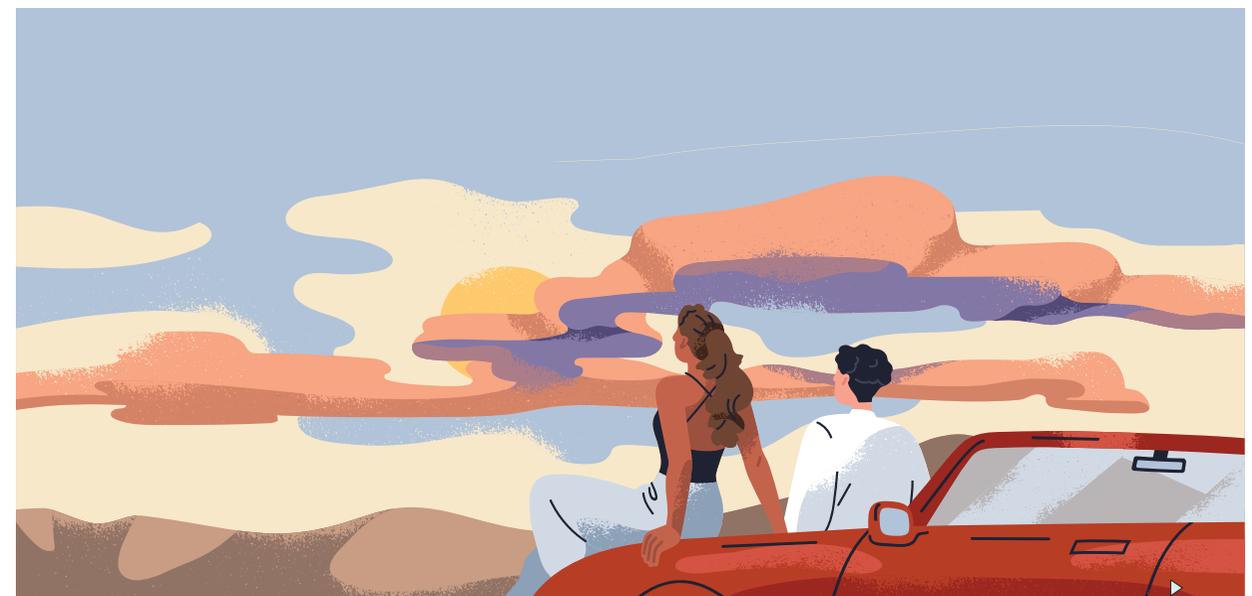
Papá siempre estaba presente, faltó pocas veces a comer a la casa, y eso implicaba un esfuerzo por estar ahí. Estaba presente según sus posibilidades y eso provocaba que aprendiéramos a estar para los demás.

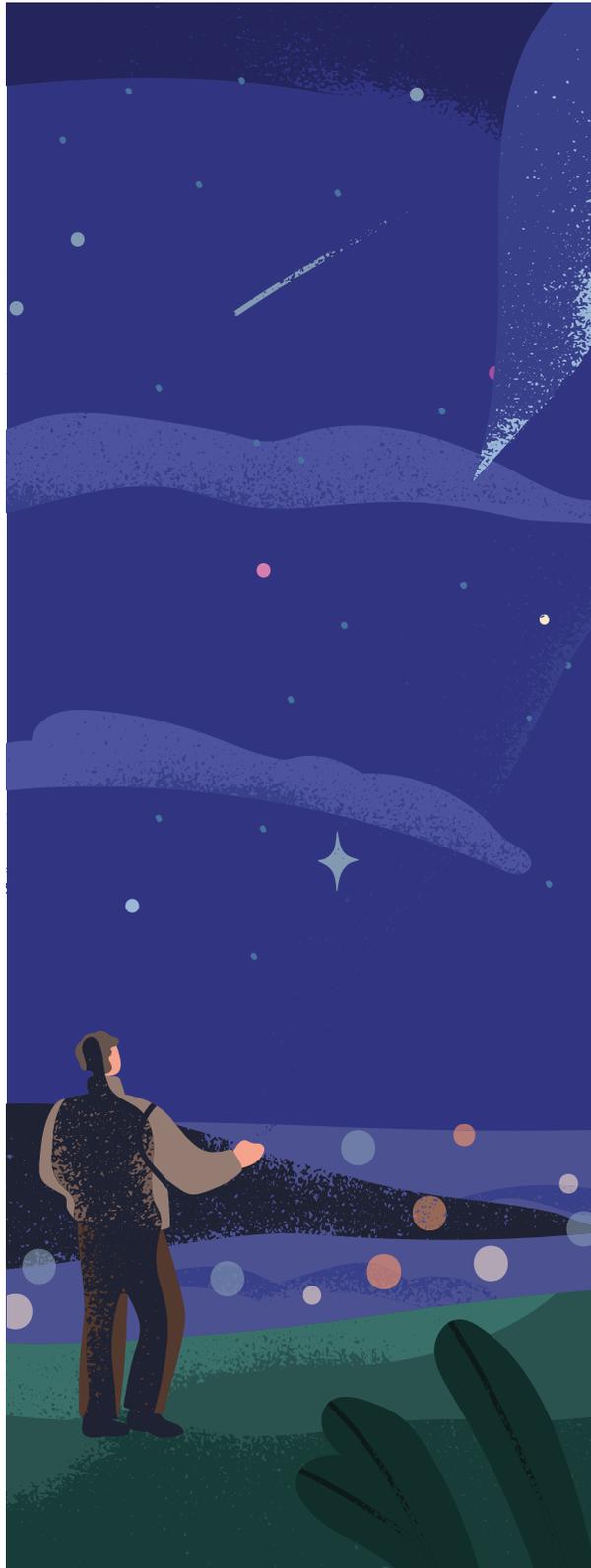
“CUIDA LOS PEQUEÑOS GRANDES DETALLES”

Cada 10 de mayo y en el cumpleaños de mi madre, a la hora de la comida, había un jarrón en el centro de la mesa con algunas flores. En ocasiones eran rosas rojas, en otras alcatraces. “¿Y esas flores mamá?”, era la pregunta obligada. “Tu papá, ya sabes”, respondía.

Era un detalle magnífico, mi madre estaba contenta y todos festejábamos juntos que cumplía un año más de vida. Mi padre buscaba darle algún regalo, además de las flores. Conocía tan bien a mi madre que no fallaba en regalarle la talla correcta y el estilo adecuado de algún vestido.

Cuando tenía 16 años, me atreví, con un poco de pena, a pedirle consejo a mi padre sobre cómo ser detallista con una chica. En mi mente estaba comprar flores y regalarlas, pero no sabía muy bien si eso encajaba con el momento. Cuando uno invita a salir a alguien que le gusta, por lo general quieres que todo salga bien y buscas que todo esté planeado a la perfección, pero tampoco ser tan intenso.





“Escúchala y platica con ella, así vas a conocerla y ya después ves si quieres seguir la relación; sal varias veces con ella”, fue lo que me dijo mi padre, y me quedé pensando: entonces invitarla a salir al mejor restaurante, regalarle flores, darle algo que la impresión no era el consejo que me daba.

“Entonces, ¿la invito a salir y ya? ¿Platico y ya?”. Papá sonrió y me dijo: “Conócela. Las flores, abrir la puerta, invitarla a un restaurante son detalles que colaboran, pero no son todo lo que necesita otra persona con quien vas a compartir tu tiempo; aprende a escucharla como ser humano, todos necesitamos ser escuchados. Cuando escuchamos podemos ver los pequeños grandes detalles y esto aplica con todos”.

Cobró sentido la forma de ser de mi padre con muchas personas. Las escuchaba y después hablaba también (y mucho). Ponía atención a los pequeños grandes detalles que escuchaba cuando conversaba, tenía la característica de querer ayudar siempre.

Una nota más a mi peregrinar que apunté: “Aprender a escuchar y ser detallista”. Con el tiempo aprendí que esto aplica con todas las personas.

“QUÉ GUSTO VERTE”

Vivíamos a unas cuadras de un supermercado. Después de que mi padre se jubiló, todos los días iba a comprar lo necesario para hacer la comida junto con mamá, pero había un detalle que frecuentemente sucedía: se tardaba mucho tiempo para una actividad que podría realizarse en 30 minutos.

Mi madre, un poco desesperada, me decía a mí o a mis hermanos: “Ya se tardó tu papá, seguramente se ha de haber quedado platicando con alguien; márcale al celular para que se apure”.

Algunos minutos después aparecía mi papá con una bolsa y el mandado. “Es que me topé a don Pedro” y mi madre le respondía: “Pues sí, cielo, pero te

fuiste a las 11 y ya es casi la una de la tarde”. Papá solo se reía de la situación.

Un día, mientras caminábamos, me comentó: “¿Sabes qué empecé a hacer? Cuando me topo a alguien, lo saludo y le digo: ‘¿Cómo estás? ¡Qué gusto me da verte!’ y si me permite la persona, la saludo con un abrazo... vieras cómo a algunos les cambia la cara. ¡Hasta se quedan platicando un chorro de tiempo conmigo, a veces ya ni sé cómo decirles que me tengo que regresar a la casa!”.

Se le hizo costumbre saludar a las personas de esa manera. Era contagiosa su forma incondicional de ver por el otro, aunque se toparan tan solo unos segundos y, por lo general, la gente devolvía el saludo con mucho entusiasmo. Era ver por los demás, aquellos que también están peregrinando y que necesitan un poco de apoyo.

Nunca estuvo de sobra decirle: “Qué gusto me da verte” a otro peregrino de la vida. El día de su despedida, aquellos a los que abrazó con tanto gusto fueron a llenar la iglesia y decirle “gracias”. ¡Hubo personas que no alcanzaron a entrar!

“HAZ EL BIEN, AUNQUE LOS DEMÁS NO ENTIENDAN QUE ES LO CORRECTO”

Salimos a caminar, y mientras hacíamos nuestro recorrido, mi padre se encontró un reloj tirado en el piso. Era negro, las correas se veían nuevas y la pantalla estaba intacta y sin rayaduras.

Acto seguido, mi padre lo tomó del piso y siguió caminando. “Papá, ahí déjalo, no es tuyo, lo que estás haciendo no es correcto”, le comenté mientras avanzábamos. Eran alrededor de las siete de la tarde y ya estaba por oscurecer, la sombra de los árboles no ayudaba a ver con claridad y pensé que definitivamente estaba muy mal lo que mi padre hacía, y sobre todo si se aprovechaba de la oscuridad para quedarse con el reloj.



¿Cómo aprendemos a darle un sentido a esta relación? Vale la pena analizar este punto, pero sobre todo compartirlo.

Tengamos en cuenta los “pequeños grandes detalles”: estar presentes, hacer el bien incondicionalmente y ocuparnos de quienes nos rodean.

Mi padre seguía sujetando el reloj con la mano, pero lo hacía de una manera muy peculiar, solo estaba agarrando una correa, de forma que el reloj se movía con cada ir y venir de su brazo.

“¿Por qué me ves así?”, me preguntó. “Piensas que me voy a quedar con el reloj, ¿verdad? No seas desesperado”. “Tú sabrás”, le respondí, con un tono de desaprobación, deslindándome de su acto.

Avanzamos alrededor de 200 metros cuando se nos acercaron dos jóvenes, traían cara de asustados y estaban muy agitados. Uno de ellos abordó a mi papá y le preguntó si el reloj era suyo. Mi padre lo negó y le devolvió la pregunta cuestionándole si él lo estaba buscando. Al afirmarlo, mi padre se lo devolvió.

Seguimos caminando y solo me dediqué a disculparme por pensar que se lo iba a quedar. Papá me dijo: “Haz lo correcto aunque la gente no te entienda”.

LAS HERRAMIENTAS DEL PEREGRINO

Todos necesitamos ayuda y posiblemente podemos ofrecerla, pero no todos estamos dispuestos a correr el riesgo de ser juzgados en el camino.

Peregrinar es así: se nos entrega una vida sin pedirlo y nos descubrimos mientras aprendemos a aceptarnos y a decidir a través de las experiencias. Vamos creciendo mientras caminamos y, al mismo tiempo, compartiéndonos con los demás. Es muy probable que así sea hasta nuestro último segundo de vida y esto le da sentido a la misma.

Tengamos en cuenta los “pequeños grandes detalles”: estar presentes, hacer el bien incondicionalmente y ocuparnos de quienes nos rodean. Después de todo, caminar en la vida se pasa rápido. Por eso hay que agradecer todos los días, porque nos veremos más adelante. Es nada más un ratito. ○



SI QUIERES LLEGAR RÁPIDO, VE SOLO. PERO SI QUIERES LLEGAR LEJOS...

Una crónica sobre el Camino de Santiago, los retos, la humildad y el ego

**POR: RODRIGO GARCÍA PUERTA. COORDINADOR
DE FORMACIÓN EN LIDERAZGO. CENTRO DE
LIDERAZGO ESTUDIANTIL. UDEM.**



Con ampollas en los pies, dolor en la espalda y ganas de llorar, fue donde todo cobró sentido. No podía creer que, en medio de este dolor tenía tanta alegría. Después de cinco días, 120 kilómetros, lluvias, sol, climas cambiantes, lesiones, torceduras, llegamos a nuestro destino y entendí que el Camino de Santiago me había transformado; el secreto de la vida estaba en llegar al último y caminando, no ser el primero y corriendo. Sé que suena muy loco, pero en mi cabeza y en mi corazón, todo hacía

sentido. Y es la razón por la que hoy soy quien soy. Les cuento mi historia.

En una tarde fresca de octubre de 2017 estaba desesperado porque llevaba dos semanas sin poder caminar ni salir de mi cama. Habían pasado 15 días desde mi operación de rodilla y comenzaba el período lento de rehabilitación.

Me encontraba sin motivación, con momentos de muy mal humor, frustración y desesperación. Entonces recibí un correo de la Dirección de Programas Internacionales de la Universidad de Monterrey que lo cambió todo. Era una invitación a alumnas y alumnos para recorrer el Camino de Santiago en marzo de 2018 y convivir con estudiantes de distintas universidades del mundo. Después de leer el correo en mi cama, volteé a ver mi rodilla y solamente pensé: "no sé cómo le voy a hacer, pero voy a ir".

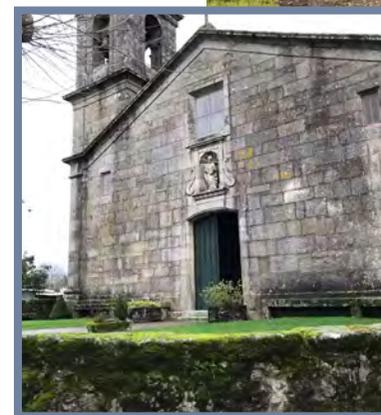
Les puedo confesar que había algo dentro de mí que me decía que este viaje era exactamente lo que necesitaba y no tenía ni la más mínima idea de lo que me esperaba.

EL MUNDO EN UN TRAYECTO

En esos cinco meses continué mi proceso de rehabilitación, reuní la papelería necesaria para poder realizar el viaje, pedí permiso en mi trabajo y realicé un plan de ahorro exhaustivo para poder cubrir los gastos. Sin darme cuenta, fueron meses de preparación física, financiera, y al mismo tiempo emocional y espiritual.

El Camino de Santiago fue un despertar. Hasta este momento, durante mi vida, yo me había distinguido por buscar estar en todo, hacer mil y un actividades. Quería sobresalir, hacerme notar, ser el centro de atención, y sabía que este viaje sería la experiencia per-

FOTOS: SHUTTERSTOCK Y RODRIGO GARCÍA



fecta para demostrar que después de una operación podía salir adelante y que, además, sería el primero del grupo en llegar a Santiago de Compostela (el destino final de cualquier peregrino que realiza el Camino). Hoy recuerdo cómo era en ese momento y me veo con compasión y humor.

Cuando llegamos, la ciudad tenía un aspecto medieval, mágico y cautivador. Comenzaba a escuchar a personas que hablaban diferentes idiomas y eso me llenaba de alegría. Después del discurso de bienvenida, nos dieron las indicaciones de que el grupo de la UDEM, junto con la Ahfad University for Women de Sudán, la Universitat Jaume I de España y la Universidad de Oklahoma de Estados Unidos, seríamos un solo equipo y realizaríamos el Camino Portugués. Así, hicieron la división del resto de universidades para los caminos del Norte, Mozárabe y Francés. Nos subimos



mucha pena y cuidado. Es muy interesante observar cómo nos relacionamos con grupos de personas extrañas, guardando cautela y cuidado de lo que decimos y cómo lo hacemos. En lo personal, yo estaba emocionado por darme a conocer y relacionarme con personas nuevas. Al final, Conchita nos compartió ejercicios de estiramiento físico, calentamiento, y ahí empezaba lo bueno. En nuestro primer día caminaríamos 22 kilómetros.

Al día siguiente, comencé a caminar frente al grupo, muy cerca de la guía, queriendo demostrar que tenía una óptima condición física y que era capaz de lograrlo. Mi estrategia de ir siempre al frente me duró menos de medio día, ya que los guías me pidieron que fuera el último del grupo, asegurando que nadie se quedara detrás de mí. Me llené de enojo, frustración y coraje. No podía entender por qué me pedían esto a mí, cuando me había esforzado por cinco meses completos para recuperar mi condición y demostrar al mundo que era capaz de caminar 120 kilómetros después de una cirugía de rodilla. Lo digo hoy y me da risa, pero antes me lo tomaba muy en serio.

Pasaban los kilómetros y algunas personas comenzaron a rezagarse, a quedarse atrás. Al inicio comencé a juzgarlas en mi interior, ¿cómo era posible que, si

al camión que partía a Tui, ciudad que está en la frontera entre Portugal y España: el punto de partida de nuestro grupo.

Cada grupo de estudiantes tenía una maestra o maestro acompañante, y cada grupo compuesto de cuatro o cinco universidades tenía un guía. La nuestra se llamaba Conchita. Llegamos a Tui el sábado por la noche, en donde cenaríamos todo el grupo de 24 personas (contando a estudiantes, maestros y guía) y tuvimos oportunidad de presentarnos, con

sabían que venían a un viaje de caminar muchísimos kilómetros, no tenían la condición? ¿Por qué tengo yo que estar aquí apoyando a estas personas? Pero jamás voy a olvidar a una de las que se quedaron atrás. Toomi, de la universidad de Sudán, me dijo en inglés: "Pareces una persona presumida, pero yo sé que en tu interior eres una persona buena y humana". Al inicio, cuando me dijo esto, recuerdo que caminábamos por una zona boscosa, el clima estaba un poco nublado y comenzaba a llover ligeramente. Al escuchar sus palabras, primero fruncí el ceño y comencé a sentir mucho enojo y me llegaron pensamientos de molestia hacia ella. Pero no le importó, continuó presentándose y platicándome sobre ella, y poco a poco, mientras la escuchaba, mi enojo se fue suavizando. Ese fue el primer momento en el que me di cuenta que estar atrás era una excelente oportunidad para conocer a las personas que se fueran rezagando.

Después de Toomi, llegó Laia, de la Universidad Jaume I y comenzamos a dialogar sobre nuestras vi-

das; qué nos gustaba hacer, por qué estábamos en el camino. Y así, poco a poco y uno a uno, fui conociendo cada vez más a los integrantes de este grupo.

Mientras caminábamos cada día, recorríamos paisajes diversos y hermosos. Cruzamos puentes que conectaban ciudades divididas por un río, caminamos por largas carreteras de asfalto, continuamos por senderos naturales llenos de árboles, y otros paisajes en donde los pastizales no tenían fin. En medio de este caminar, con paisajes diferentes, me fui dando cuenta que en realidad era un viaje hacia mi interior, mientras en el exterior conocía lugares y personas. Entendí que mientras más me abría a observar, escuchar, admirar mi entorno y a los demás, más podía escucharme y entenderme a mí mismo.

Caminamos alrededor de 25 a 30 kilómetros por día, en lapsos de ocho o nueve horas, por cinco días. Las lesiones físicas comenzaron a surgir, la irritación y desesperación por llegar al destino comenzaban a notarse en el tono de voz de algunas personas, en su



El doctor me felicitó porque me recuperé en tiempo récord; para el Rodrigo de ese entonces, era un halago directo al ego.





caminar. Y me di cuenta que lo que sucede en nuestra vida, lo llevábamos en el Camino.

Entre el tercer y cuarto día, pude escuchar y conocer a las 24 personas del grupo, incluyéndome a mí. Me permití darme un momento mientras estaba atrás del grupo, para preguntarme por qué estaba ahí y reconocer mi historia como si fuera la primera vez que me escuchaba a mí mismo. Ahí fue donde realmente escuché mi voz.

Esa voz que siempre me acompaña, mientras trabajo, mientras hago, mientras vivo. Una voz que sin darme cuenta, me exige, me critica, me juzga. Comprendí que cómo me hablo a mí mismo influye en mi actuar, y solo pude escucharla cuando me atreví a dejar de correr y caminar, caminar y caminar.

En el quinto día, ya ni me acordaba de esta idea que tenía al inicio del viaje de ser el primero en llegar a Santiago de Compostela. En realidad, fui el último en cruzar. El número 24. Fue ahí donde me di cuenta, que ver a tu equipo llegar a la meta, ver a tu gente cumplir sus sueños, y ser herramienta para impulsarles, era



lo que le daba sentido a mi vida sin olvidarme de mí mismo. Pero me di cuenta que, cuando llevo mi atención a las demás personas y salgo, surge un gozo que viene desde la conexión, desde el compartir y celebrar a otras personas.

Creo, desde lo más profundo de mi corazón, en este proverbio africano: "Si quieres llegar rápido ve solo, si quieres llegar lejos, ve acompañado".

HOMBRE DE CARTAS

Al final del Camino, tuve la iniciativa de escribirle una carta a cada uno de los miembros del grupo de 24 perso-

nas que transformó mi vida. No sabía las palabras exactas, pero sabía que mi propósito de vida sería acompañar a grupos de personas ofreciendo espacios de pausa, de calma y de caminar (no de correr). Eso es lo que hago desde el Centro de Liderazgo Estudiantil de la Universidad de Monterrey como Coordinador de Formación en Liderazgo y como Facilitador de mindfulness.

El Camino de Santiago fue para mí un despertar en mi recorrido por esta vida. Estoy asombrado de lo que sucedió cuando me atreví a dejar de correr, dejar de querer más, y atreverme a caminar y observar lo que está aquí, presente, en este momento. ○

Caminamos alrededor 30 kilómetros por día, en lapsos de nueve horas, por cinco días. Las lesiones físicas comenzaron a surgir, la irritación y desesperación por llegar al destino comenzaban a notarse.

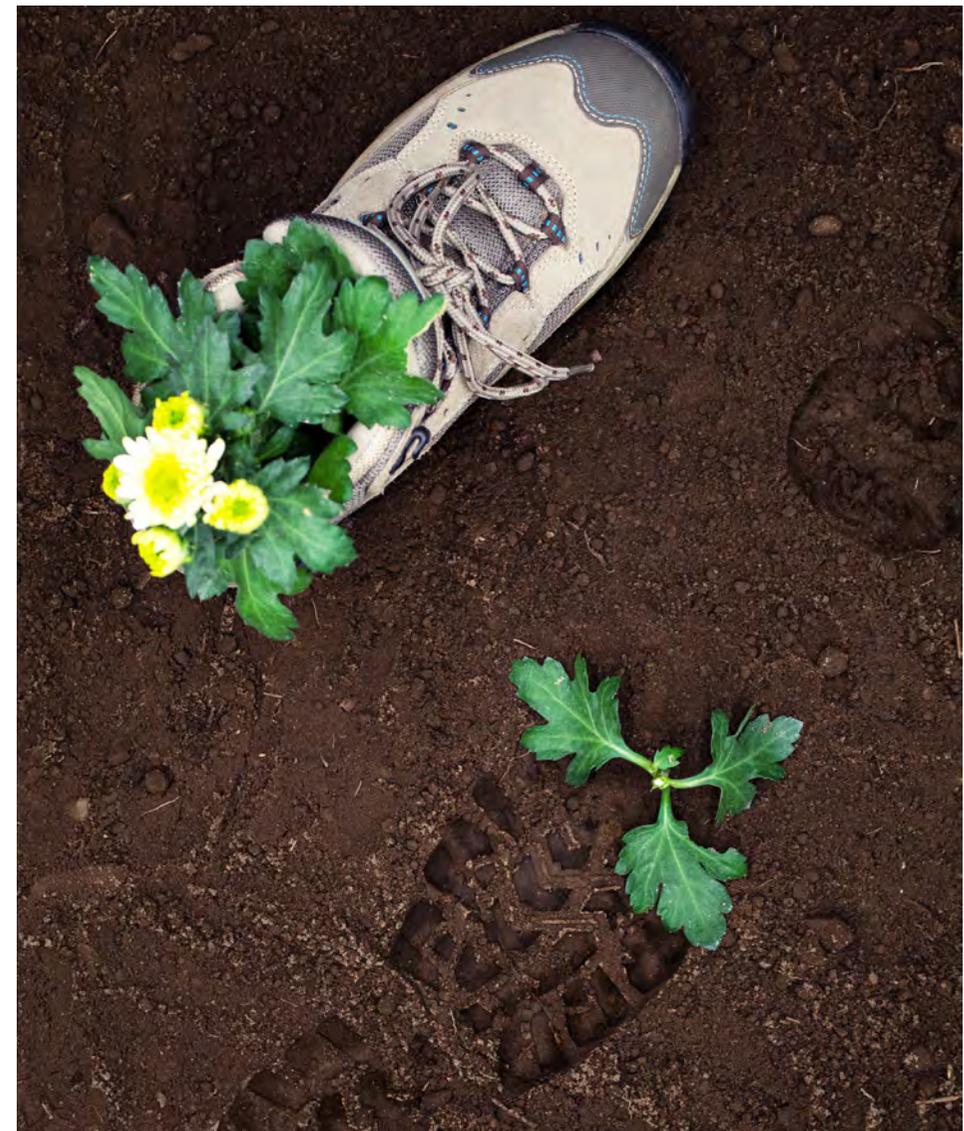


PEREGRINAR *en México*



EL NUESTRO ES UN PAÍS CON MUCHAS PEREGRINACIONES RELIGIOSAS POR TODO EL TERRITORIO. CONOCE ALGUNAS.

POR: DANIEL TREVIÑO. ESTUDIA EL 9.º SEMESTRE DE LA LICENCIATURA EN ECONOMÍA. UDEM.



PROCESIÓN DE LA VIRGEN DE GUADALUPE

Puede considerarse la más importante por la cantidad de personas que la realizan. Esta emotiva procesión conmemora el momento trascendental en la historia mexicana cuando la Virgen se le apareció a Juan Diego en 1531. Durante la procesión, millones de devotos llevan en sus manos imágenes de la “patrona de México”, mientras entonan canciones marianas y elevan sus plegarias al cielo. El ambiente se llena de una vibrante energía, con danzas tradicionales como la de los matachines, y los fieles lucen coloridas vestimentas típicas que resaltan la diversidad cultural de México.

IMÁGENES: MARIANA FERNÁNDEZ Y SOFÍA PÁEZ

DÓNDE: Basílica de Guadalupe, Ciudad de México.
QUIÉNES: Fieles católicos y guadalupanos de todo el país acuden a rendir homenaje a la Virgen.
FECHA: 12 de diciembre.





PROCESIÓN DE LA VIRGEN DE SAN JUAN DE LOS LAGOS

La Virgen de San Juan de los Lagos, venerada en su majestuosa basílica, es reconocida por su aura milagrosa. Se le atribuye la capacidad de otorgar favores y de curar. Acompañada por una multitud de devotos vestidos con trajes típicos y portando banderas, estandartes y velas, la procesión se caracteriza como un fervoroso acto de fe. En el recorrido, se entonan cánticos, recitan rosarios y manifiestan diversas expresiones de devoción y entrega.

La imagen sagrada de la Virgen de San Juan de los Lagos es llevada en hombros por los peregrinos. En un gesto de penitencia, entrega y veneración a la Virgen, es común observar a los fieles arrodillados o caminando descalzos.

DÓNDE: San Juan de los Lagos, Jalisco
QUIÉNES: Fieles católicos y devotos a la Virgen de todo México
FECHA: 2 de febrero (Día de la Candelaria)

PROCESIÓN DE LA VIRGEN DE LA SOLEDAD

La Procesión de la Virgen de la Soledad conmemora el profundo dolor experimentado por la Virgen María después de la crucifixión de Jesús —su periodo de soledad hasta su ascensión—. Este evento ofrece a los creyentes una oportunidad para reflexionar sobre el sufrimiento de la Virgen María y sobre la relevancia de la fe y la esperanza en periodos de dolor y aislamiento.

Es un espacio que permite un momento de profunda introspección y comunión espiritual con la Virgen, donde los devotos buscan encontrar consuelo y fortaleza en su fe, mientras se unen en un sentimiento de unidad y solidaridad en torno a esta figura.

DÓNDE: Oaxaca y distintas partes de México
QUIÉNES: Fieles católicos y devotos a la Virgen
FECHA: Depende de la región, pero lo más común es el Viernes Santo y el Día de la Virgen de la Soledad (18 de diciembre)



PROCESIÓN DEL SEÑOR DEL CALVARIO

Esta procesión es un evento de profunda devoción que conmemora los sufrimientos y la pasión de Cristo durante su camino al Calvario. Se distingue por el recogimiento y la penitencia que la envuelven. En un ambiente solemne, los fieles portan una imagen de Jesucristo crucificado, siguiendo una ruta específica por las calles cercanas a un templo. Los participantes pueden avanzar en silencio o entonar cánticos religiosos, llevando consigo la imagen del Señor del Calvario. Algunos devotos, como acto de honor al sufrimiento de Cristo, realizan penitencias, como caminar descalzos o cargar cruces. Este evento es clave para renovar la fe de los practicantes y reiterar su compromiso espiritual.

DÓNDE: Distintas partes de México
QUIÉNES: Fieles católicos y cristianos
FECHA: Viernes Santo

PROCESIÓN DEL SILENCIO

En la Procesión del Silencio se preserva un ambiente impregnado de solemnidad y respeto. Silencio total. Los participantes, vestidos con túnicas oscuras y capuchas que ocultan sus rostros, contribuyen a crear una atmósfera cargada de recogimiento y misterio. Este evento genera un espacio propicio para la meditación e introspección. En las calles, los devotos avanzan con velas encendidas e imágenes religiosas que representan los momentos cruciales de la pasión de Cristo. ◦

DÓNDE: San Luis Potosí
QUIÉNES: Fieles católicos, cristianos y personas que asisten por temas culturales
FECHA: Viernes Santo



MI LÍMITE VERTICAL

Peregrinar significa también reflexionar, y más en las faldas del Everest. El autor nos cuenta una experiencia extrema en la que no todo sale como uno sueña, pero sí como uno debe aceptarlo.

POR: JOSÉ CARLOS SÁNCHEZ MACHUCA.
DIRECTOR DE PROGRAMAS ACADÉMICOS. UDEM.

Al pensar en una peregrinación, muchos de nosotros traemos inmediatamente a nuestra cabeza una imagen religiosa: una ida a la basílica con danzas, matachines y unos deliciosos churros de azúcar al terminar. Otros, con un perfil un poco más *outdoors*, piensan en Santiago de Compostela y la experiencia completa: botas, bastones y una concha colgando de nuestra mochila, cámara en mano y el Instagram a tope de fotos del camino. ▷



En mi caso, la aventura de la peregrinación tenía un sentido completamente distinto, que se remonta al año 2011, cuando, en un viaje con amigos para explorar los glaciares y montañas de Alaska, encontramos una pequeña cooperativa, una tienda donde vendían unas lindas banderitas de colores que inmediatamente llamaron mi atención. Esos coloridos objetos, como me explicarían después, eran mantras que representan los cinco elementos del budismo: el azul es el cielo; el blanco, el agua; el rojo, el fuego; el verde, el aire; y el amarillo, la tierra.

Ese día nació un sueño en mí, cuando supe que el campamento base del Monte Everest —aquel lugar lleno de tiendas de campaña naranjas, miles de banderas, memoriales a los escaladores y cientos de personas que ansiaban tener unos segundos en lo más alto del mundo— era un lugar accesible para cualquiera, no solo para aquellos aventureros que valientemente intentan hacer cumbre a sus 8,849 metros sobre el nivel del mar (msnm). Al campamento, ubicado a 5,364 msnm, se puede acceder haciendo *trekking* o por helicóptero. Ese día sembré una semilla: algún día tendré que viajar a Nepal para intentar dicha travesía.

El tiempo siguió su curso y las prioridades fueron siempre otras. En un par de ocasiones intenté armar proyectos para tener una excusa de volar a Katmandú y escaparme a cumplir mi sueño, pero nunca pudo concretarse, hasta que mi hermano, regresando de hacer un *trek* por Perú, me convenció de reactivar el sueño que nunca se fue: ir a la cordillera del Himalaya y llegar al campamento base del Everest —pero esta vez acompañado desde la planeación y el entrenamiento.

Aseguramos nuestros lugares con la agencia de viajes de aventura que nos llevaría, compramos nuestros vuelos a Katmandú, empezamos a entrenar y por casi un año no hablamos de otra cosa que no fuera el video, la reseña o las fotos que habíamos visto sobre el Everest Base Camp Trek. Entrenamos, subimos montañas locales, corrimos muchos kilómetros,

Todo estaba preparado: volábamos cada uno con una mochila en nuestra espalda y un duffel documentado, la ilusión a tope y las botas puestas para no pasarnos de peso en la maleta.

incluyendo un medio maratón un par de semanas antes de irnos... hasta que llegó el día.

La despedida en Monterrey auguraba algo. No había llovido en semanas y ese día se caía el cielo. Nuestras familias estaban felices de vernos partir para cumplir nuestro sueño, pero mi esposa y mis hijas lloraban entre emoción y nervios. Desde que nacieron las niñas, nunca habíamos pasado más de cuatro días separados y esta vez serían 21. Todo estaba preparado, volábamos cada uno con una mochila en nuestra espalda y un *duffel* documentado, la ilusión a tope, las botas puestas para no pasarnos de peso en la maleta, la cámara cargada y baterías externas con 100 % de carga. Listos para irnos.

LA LLEGADA Y LA ADVERTENCIA

Viajamos en uno de los vuelos comerciales más largos del mundo, de Los Ángeles a Singapur, con más de 18 horas de viaje. Casi tres días después y con una diferencia horaria de casi 12 horas con Monterrey, aterrizamos en Katmandú, pasamos migración y comenzamos la ansiada aventura que nos llevaría a nuestra peregrinación por los Himalayas.

Al salir del aeropuerto, cerca de la media noche, los locales nos recibieron con sus rituales y bendiciones budistas, y nos colocaron bufandas en el cuello. Fue cuando realmente entendí que mi peregrinar había iniciado en Alaska.

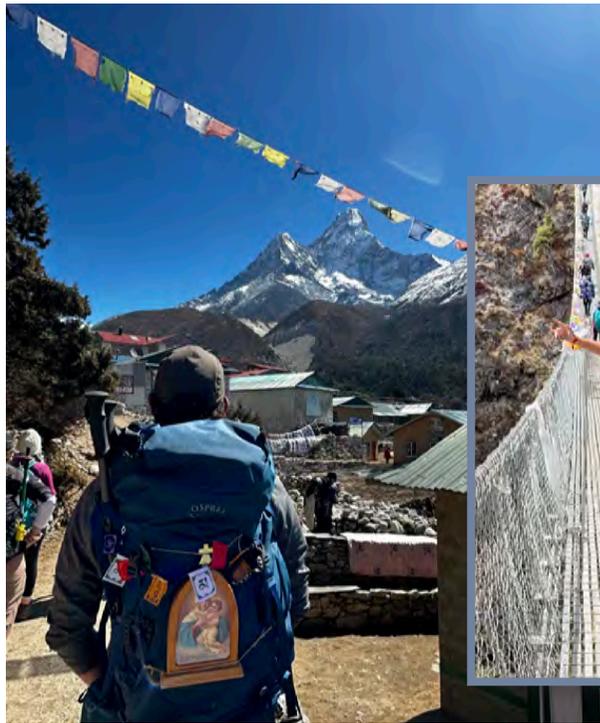
Conocer finalmente Katmandú, sus colores, olores y sabores, recorrer sus templos, ver a su gente siempre sonriendo, rezando a su manera, bendiciéndote y deseándote lo mejor, entendí también que nosotros éramos exploradores; no solo aquellos que buscarían ascender a la cumbre del Everest, sino que también entrábamos en esa categoría de aventureros que

cruzaron distintas partes del mundo para peregrinar por las montañas y que, por esa razón, la gente se alegraba de conocernos, de platicar con nosotros.

Un día antes de partir a la montaña, tuvimos nuestra junta de *debriefing*, en la que nos presentaron a quien sería nuestro guía: un simpático nepalí llamado Nausier, con mucha experiencia en montaña, y a Tesh, el operador de la compañía que estaría al pendiente de nuestra aventura desde la ciudad y quien nos indicó la ruta, los cuidados y los peligros. Puso mucho énfasis en el mal de montaña, un malestar físico ocasionado por la dificultad del cuerpo para adaptarse a la baja presión del oxígeno en la altitud, que puede impactar a una persona sin entrenamiento o experiencia alguna... o al más experimentado y preparado montañista. Nos explicaron que genera dolores de cabeza, migraña, náuseas, hipoxia en distintos grados, falta de apetito, pero, sobre todo, imposibilita el ascenso a la montaña y, en algunos casos, causa la muerte de manera rápida si no es tratado y atendido.

LA GLORIA Y EL INICIO DEL INFIERNO

Al día siguiente, la aventura inició temprano. Pasaron por nosotros alrededor de las 5:00 am y llegamos al aeropuerto. Para iniciar nuestro *trek*, teníamos que volar a Lukla, un trayecto de 40 minutos desde Katmandú hacia el norte de Nepal y cerca de la frontera con la región del Tíbet, en China. Lo interesante del aeropuerto de Lukla es que ha sido catalogado, en los últimos siete años, como el más peligroso del mundo. Está en el cañón de una montaña, tiene únicamente 450 metros de pista (y está en una pendiente), debes viajar en avioneta con capacidad máxima de 15 personas, tiene un barranco de un lado de la pista y, al terminar, el muro de la montaña. Solo cuenta con una



Puente colgante Hillary.

pista para el despegue y el aterrizaje, y por si fuera poco, se encuentra a 2,860 msnm, ubicándolo entre uno de los más altos del mundo. Todo el que va al Everest debe pasar por la aventura de aterrizar, en avioneta o helicóptero, en este aeropuerto.

Para subir a la aeronave, nos acomodaron en fila y nos distribuyeron por peso. Ya en pleno vuelo, una empleada de la aerolínea se apiadó de mí y me permitió cambiarme a la ventanilla —con el pánico que generaba desbalancear el peso del avión—, pero gracias a eso tuve una de las vistas más increíbles de mi vida: la cordillera del Himalaya, el Everest con mis propios ojos desde el aire y aterrizar vivos en el aeropuerto de Lukla. Es el primer vuelo en mi vida en el que realmente el piloto merecía un aplauso al aterrizar.

Al siguiente día, nuestro peregrinar siguió hasta llegar a las entrañas del parque nacional Sagarmatha, donde después de una retadora subida, cruzamos el puente colgante Hillary, nombrado así por el primer explorador en conquistar la cima del Everest. Llegamos al hermoso pueblo de Namche Bazaar, a 3,440 msnm, el asentamiento más grande que encontraríamos en

nuestro peregrinar, lleno de colores, fuentes, mantras gigantes y mucha, mucha gente. Un grupo de niños nos recibió y estaban felices por nuestra visita y nosotros, cómo no, felices de estar allá con ellos.

Un día después, tendríamos nuestro primer día de aclimatación. Pude ver, por primera vez (sin contar la del avión), el Everest. “¡Estoy aquí, no puedo creerlo!”, pensaba y me emocionaba. Ese sentimiento no se iría, creo que aún no se va de mí, y me llevó después a continuar caminando y subir hasta el Hotel Everest Lodge, ubicado a 3,880 msnm donde una neblina nos recibió y no nos permitió ver el Everest desde el otro mirador.

Después de bajar del Everest Lodge, regresamos a Namche y al día siguiente nuestro peregrinaje tomó un camino de muchísima más altura, con una subida muy retadora. Logramos llegar a uno de los lugares más increíbles que he podido ver en mi vida: el monasterio de Tengboche, ubicado a 3,867 msnm. Un complejo enorme construido desde 1916, pintado completamente a mano, con vistas a las montañas que deseaba ver durante toda mi vida: Nuptse, Lhotse, Ama Dablam y el Everest, sin palabras para describirlo.



Monasterio de Tengboche.

A la mañana siguiente, el reto era subir para hacer cumbre en una montaña cercana y sobrepasar los 5,000 msnm. Se trataba del pico Nangkartshang, que implicaba una pendiente por un sendero muy transitado que fue donde mi sueño empezó a tambalearse. La subida me costó muchísimo, batallaba para respirar. La mayoría de nuestro equipo se adelantó y llegó en un par de horas, yo tardé casi 40 minutos más, apoyado en el guía, pero molesto por caminar con mucho pesar, preguntándome: “¿Y si no lo logro?”. Pero yo había entrenado mi mente, a mí no me pasaría eso. Llegué.

Observé lo que había logrado: una cumbre a 5,100 msnm. Me detuve y tomé, posiblemente, algunas de las fotos más increíbles que voy a tomar en mi vida entera. Era un lugar lleno de banderitas de colores con el Ama Dablam de fondo y un frío que se convirtió en calor por la adrenalina de haberlo logrado. Después de las fotos, recordé que mi hija me había regalado un dibujo para usar como bandera. Tenía escrito: “Para el mejor aventurero del mundo”. Lo saqué, me tomaron un par de fotos con él y entonces comenzamos la bajada.

Al levantarme al otro día, todo se derrumbó. Una fuerte migraña, mareos y miedo comenzaron a invadirme nuevamente, pero con mayor intensidad que cuando subía. Esta vez era real: me quedaban kilómetros por recorrer de bajada y no quería arriesgar lo que faltaba. ¿Qué debía hacer? Inmediatamente, alcancé a decirle a mi hermano y a un par de compañeros que iban cerca que me sentía mal y que iba a hacer lo posible por bajar por mi propio pie. Era cerca de una hora y media para llegar a la *tea house* más cercana. Lo más difícil no fue bajar o apoyarme en los bastones, fue el reto mental de saber que las cosas no estaban saliendo como había planeado ya por más de 10 años. Me estaba quebrando poco a poco.

LA NOCHE MÁS LENTA

Logré llegar a Dingboche. Quería rendirme y dormir por horas, pero el guía me vio y no me permitió descansar, ya que era peligroso en caso de que mi cuerpo estuviera en un estado avanzado de mal de montaña agudo; debía comer, pero yo tenía la garganta cerrada. Nuestro guía se acercó con un delicioso manjar nepalí, ▶

Cumbre a
5,100 msnm.

remedio natural para el mal de altura: una deliciosa y olorosa *garlic soup*, que es un tazón relleno con ajo molido líquido que debía comerme por completo. Lo ingerí como pude, despacio y con mucho asco, pero poco a poco empecé a sentirme mejor. Después de la sopa, sabía que la meta aún era posible.

Pero mi respiración fue empeorando cada vez, al igual que la de todos. Nos costaba jalar aire, hablábamos mucho más pausado y la altura hacía que la respiración por la nariz no fuera suficiente. Bocanadas de aire a -18 grados centígrados era lo común. Esa noche logré conciliar el sueño en mi *sleeping bag*, y con ayuda de una colcha que nos daban en la *tea house*, los térmicos, la chamarra de plumas y unos calcetines muy gruesos, todo parecía ir mejor. Hasta que me dio un ataque de pánico.

“Este no soy yo”, me repetía. “Conozco a mucha gente a la que le dan ataques así, a mí no... ¿qué está pasándome?, ¿me cambió la montaña? Me faltan dos días, no puedo fallar ahora, así no, aquí no”. Mientras me volvía a vestir, ya más tranquilo, me enteré de que mi hermano estaba deshidratado, con dolores gastrointestinales desde el día anterior, con la cara igual de pálida que yo, pero con el anhelo de ya estar tan cerca.

Quería rendirme y dormir por horas, pero el guía me vio y no me permitió descansar, ya que era peligroso en caso de que mi cuerpo estuviera en un estado avanzado de mal de montaña agudo.

“No puedo más, ya no puedo seguir”, me dijo mi hermano en el trayecto de Dingboche a Lobuche. Yo me sentía igual, pero me daba miedo aceptarlo, creía que podía convencerme a mí mismo de dar un poco más, hasta llegar. Vimos un letrero de renta de caballos, no dudamos, hablamos con nuestro guía y decidimos avanzar la segunda parte de la caminata de ese día en caballo.

La experiencia no fue nada linda ni reparadora como pensamos. Fueron 90 minutos de ver a mi hermano tambalearse arriba de un caballo pequeño, mientras yo intentaba no caerme del mío, al tiempo que subíamos por una pendiente llena de piedras lisas que habían sido el cauce de un río. Es decir: un paseo a caballo a casi 5,000 msnm en el que yo solo rezaba para que no terminara en tragedia. Una hora y media más tarde, entre mucho sudor nervioso y más vistas hermosas, llegamos a Lobuche, un pueblito

situado a 4,900 msnm, la última parada antes del famoso campamento base del Everest. Eran cerca de las 7:00 pm. Hora de dormir.

Esa fue la noche más lenta de mi vida. Despertamos al guía un par de veces, nos dio medicamento que destrozó mi estómago. Quería vomitar, pero no podía porque mi garganta estaba cerrada, llena de líquidos o qué sé yo. Intentamos platicar, nos calmó, pero el tiempo se hace lento cuando necesitas que sea rápido. El frío, el hambre, la sed (a pesar de tener agua), los minutos en un reloj que te marca que estás a más de 4,900 msnm (y te faltan 400 para llegar), los planes que ideaste hace 10 años en Alaska, la promesa que le hiciste a tus hijas de llegar al Everest, la vida... todo se conjugó en la noche más fría, amarga y lenta de mi vida.

Alrededor de las 11:00 pm, mi hermano y yo nos miramos, ya casi sin palabras, y nos dimos cuenta de que el sueño había llegado a su fin. Lo confirmamos verbalmente: “Sí, ya”. Solo había que activar el protocolo y verbalizar la decisión con el guía. Planeé este peregrinar por más de 10 años y el sentimiento de que no llegaría, estando tan cerca, hace trizas la cabeza.

Muchos pensamientos aturdían mi cabeza, pero uno predominaba: “Es más importante volver sano y salvo con mi esposa y mis hijas, que mi foto en el campamento base... ya vi las montañas, necesito estar de regreso en casa”. El momento llegó. El guía nos confirmó que no podíamos regresar en ese estado caminando. Alrededor de las 5:30 am, nos confirmaron que el helicóptero de rescate venía en camino para llevarnos a Katmandú de regreso.

Se había acabado mi sueño, pero también la pesadilla. Mientras el resto del equipo salía al campamento base, nosotros volábamos de regreso a la ciudad. ¿Fallé? ¿Fracasé? ¿Era alguna señal divina, el plan de Dios o algo así? ¿Era lo que tenía que pasar o pudimos haberla forzado un poco más? ¿Había valido la pena?

Nuestro viaje dio un giro inesperado y terminó en un hospital de Katmandú. Después de hidratarnos por

intravenosa, de muchos estudios y de 24 horas de observación, pudimos emprender el largo regreso a casa.

PEREGRINAR TODOS LOS DÍAS

La montaña me llamó y ahora sé que siempre me va a llamar; descubrí —a la mala— que es algo grabado en mi ADN. Planeé, fui, vi, disfruté, caminé y sufrí... ya nadie me cuenta cómo es el Himalaya, Nepal o el Everest.

Aprendí que lo increíble de las peregrinaciones es que nunca vas solo. La gente con la que caminas lleva tus historias, tus triunfos y tus miedos, tus dolores y tus alegrías. Cuando volví a casa sentía que había fallado en mi meta, pero poco a poco fui entendiendo y recordé que en mi viaje llevaba en mi mochila las banderas que tanto me gustan. Decidí colgarlas en mi oficina, recordándome que no fallé; más bien, sigo peregrinando todos los días, viendo y viviendo cosas que, como las montañas, no deben convertirse en cotidianas, que tienen el mismo impacto, brillo y fuerza que el Himalaya.

No me arrepiento de haber ido, no me arrepiento de haber regresado. Tengo otros kilómetros que peregrinar aún y me llena de emoción saber dónde me los regalará la vida, más allá de mi límite vertical. o



Línea de ensamblaje humana

Si el hombre creó las máquinas, ¿cómo aseguramos que las máquinas no crearán al hombre?

El presente como lo conocemos es un punto sobre una línea temporal, una migaja de un costal de arena de lo que conceptualizamos como tiempo. Nuestro momento es poco, pero nuestra influencia es mucha.

Perder la oportunidad de soñar con un futuro es a lo que llamo perder la esperanza.

No ver un más allá simboliza una pared para tu visión innovadora como ser humano.

Un artista es servidor del tiempo, oyente de realidades y soñador de mañanas. Nuestro papel en la existencia es ser un canal de comunicación de presentes que serán pasados. Tenemos la obligación de crear lo que podemos sentir, ver, percibir, soñar o aspirar a ser. Imaginar que nuestra historia pueda repetirse o cambiar no dependerá de nosotros como individuos, pero sí como sociedad.

Tenemos el poder de expresar y comunicar lo que queramos en ese momento que llamamos presente. Por esta razón, las piezas buscan generar una conciencia sobre las posibles repercusiones que podría tener el avance de la tecnología en la historia humana, la cual podría llegar a sustituir a la misma y convertirla en sus creaciones —más que ellas en las nuestras.

—Séptimo



Esténcil en aerosol y
acrílico sobre lienzo.
200 cm x 300 cm
2022

POR: GABRIEL ROSILES CORTÉS.
ESTUDIA EL 7.º SEMESTRE DE LA
LICENCIATURA EN ARTE.
UDEM.

LA DECEPCIÓN DE LOS NUEVOS GRANDES

¿Qué podemos aprender sobre aspiraciones y educación?

INNOVADORES



POR: RAÚL ALFONSO RODRÍGUEZ PERALES. ESTUDIA EL 5.º SEMESTRE DE LA LICENCIATURA EN LETRAS Y EN LA LICENCIATURA EN FILOSOFÍA. UDEM.

En la sociedad actual, los nuevos grandes innovadores se han convertido en símbolos de éxito y progreso. Sin embargo, en los últimos años, varias de estas figuras públicas han sido objeto de críticas por sus acciones no éticas, que van desde el engaño a los inversores hasta el aumento de los precios de los medicamentos.

Elizabeth Holmes, Sam Bankman-Fried, Adam Neumann, Martin Shkreli y Elon Musk son algunos de los nombres más conocidos en esta lista de magnates. Su ambición por el dinero, el poder y la fama los ha llevado a comportamientos no éticos, lo que nos invita a reflexionar sobre la relación entre la ambición desmesurada y sus efectos en el desarrollo social.

EL AUGE DEL UTILITARISMO

La ética es un tema cada vez más relegado en la sociedad, especialmente dentro del ámbito empresarial y tecnológico. El auge de la tecnología y la globalización ha llevado a un aumento en la competencia, lo que ha generado una mayor presión para obtener resultados positivos a cualquier costo.

En este contexto se ha observado un incremento del utilitarismo, una teoría ética que sostiene que la acción correcta es aquella que produce la mayor felicidad para el mayor número de gente. Sin embargo, esta teoría genera problemas en la práctica, especialmente cuando se trata de maximizar la rentabilidad financiera a corto plazo, en detrimento de consideraciones éticas más profundas. Muchos de los innovadores previamente mencionados han sido acusados de actuar en beneficio propio a expensas de los demás, incluyendo a sus inversores, clientes y empleados.

IMÁGENES: SHUTTERSTOCK

“Me parece fundamentalmente deshonesto y dañino para la integridad intelectual creer en algo solo porque te beneficia y no porque pienses que es verdad”.

—BERTRAND RUSSELL

Elizabeth Holmes, fundadora de *Theranos*, engañó a los inversores y al público al afirmar que su empresa podía realizar pruebas de diagnóstico con una simple gota de sangre, cuando en realidad la tecnología no funcionaba. Sam Bankman-Fried, fundador de FTX, ha sido criticado por el aumento de los precios de las criptomonedas en su plataforma, lo que ha llevado a acusaciones de manipulación del mercado. Adam Neumann, fundador de *WeWork*, también ha sido objeto de reproches por su liderazgo autoritario y la forma en que manejó la salida a bolsa de la compañía. Martin Shkreli, exCEO de *Turing Pharmaceuticals*, aumentó el precio de un medicamento vital para pacientes con VIH en un 5,000 %, lo que provocó indignación en el mundo. Finalmente, Elon Musk, CEO de *Tesla* y *SpaceX*, ha sido criticado por su comportamiento errático y poco profesional en Twitter, y por la falta de transparencia en la toma de decisiones de sus empresas.

Todos estos innovadores parecen haber sido impulsados por una ambición desmedida y han demostrado una falta de consideración por las consecuencias sociales, económicas e incluso políticas de sus acciones. Debido a esto, es importante considerar cómo una educación que se enfoca en el colectivo podría ayudar a contrarrestar estas conductas poco éticas.

EDUCACIÓN CENTRADA EN EL BIEN COMUNITARIO

Este tipo de educación se centra principalmente en fomentar valores y habilidades que promuevan el bienestar colectivo, en lugar de enfocarse únicamente en el éxito individual. Esta perspectiva se basa en la idea de que la educación no solo debe enseñar





ELIZABETH HOLMES,
fundadora de *Theranos*



ADAM NEUMANN,
fundador de *WeWork*



SAM BANKMAN-FRIED,
fundador de *FTX*



MARTIN SHKRELI,
exCEO de *Turing Pharmaceuticals*



ELON MUSK,
CEO de *Tesla* y *SpaceX*

Martin Shkreli aumentó el precio de un medicamento vital para pacientes con VIH y provocó indignación en el mundo; Elon Musk ha sido criticado por la toma de decisiones de sus empresas.

conocimientos y habilidades, sino también valores éticos y sociales que contribuyan a construir una sociedad más justa y equitativa.

Alasdair MacIntyre es un referente importante en la discusión sobre la educación centrada en el bien comunitario. En su libro *Tras la virtud* (1981), MacIntyre argumenta que la moralidad y la ética no son solo cuestiones de elección individual, sino que están arraigadas en las tradiciones y prácticas comunitarias. Por esta razón, una educación centrada en el bien comunitario debería enfocarse en enseñar a los estudiantes a comprender su papel dentro de la comunidad y cómo sus acciones impactan en el bienestar colectivo.

Otra figura importante en la discusión sobre esta educación es Paulo Freire, cuyo trabajo se centra en la educación popular como una herramienta para la liberación y el cambio social. En su obra *Pedagogía del oprimido* (1968), Freire establece que la educación debe ser un proceso de diálogo y reflexión crítica que permita a los estudiantes comprender su realidad y participar activamente en transformar su comunidad.

En conjunto, tanto MacIntyre como Freire sugieren que la educación centrada en el bien comunitario puede ser una herramienta poderosa para fomentar una cultura de liderazgo ético y responsable. Una educación que promueva la reflexión crítica, el diálogo y el compromiso con la comunidad es capaz de ayudar

a formar líderes capaces de abordar los problemas sociales desde una perspectiva ética y centrada en el bienestar colectivo.

En lugar de destacar el éxito individual y la competencia, una educación centrada en el bien comunitario enfatiza la colaboración, la empatía y la responsabilidad social. Los estudiantes aprenden a pensar críticamente sobre los problemas sociales y ambientales, y a considerar cómo sus acciones pueden afectar a los demás. También se les enseña a trabajar en equipo, a comunicarse de manera efectiva y a tomar decisiones basadas en principios morales y éticos. Al centrarse en la comunidad, la educación puede ayudar a contrarrestar los comportamientos no éticos observados en algunos innovadores.

LA LÓGICA COMO ARMA DE RESISTENCIA

La lógica, a nivel personal, puede ser una herramienta útil para abordar el contexto de los innovadores actuales. La lógica nos permite analizar y evaluar argumentos y afirmaciones en un marco riguroso y sistemático, lo que ayuda a identificar y resistir el razonamiento falaz y las posturas poco éticas.

Por ejemplo, la falacia del falso dilema, que implica presentar solo dos opciones mutuamente excluyentes, puede ser utilizada por los innovadores para justificar acciones poco éticas. Si se presenta una falsa dicoto-

mía entre éxito financiero y responsabilidad social, es factible argumentar que el éxito financiero es la única opción viable, lo que puede justificar acciones poco éticas en nombre de la maximización de las ganancias.

Al analizar y evaluar los argumentos de los innovadores, es posible identificar estas falacias y argumentar en contra de ellas utilizando un marco lógico riguroso. Además, la lógica también puede ser útil para estimar las consecuencias de las acciones de los innovadores en la sociedad en general. La lógica nos permite razonar sobre las implicaciones de estas acciones y evaluar si son éticamente aceptables en el contexto de una comunidad más amplia. Al hacerlo, podemos resistir los comportamientos no éticos y fomentar una cultura de responsabilidad social y moral en la innovación y el liderazgo empresarial.

LAS TENDENCIAS EDUCATIVAS EN MÉXICO, ¿CUÁLES SON LAS POSIBILIDADES?

Las tendencias educativas actuales pueden tener un impacto significativo en la relación entre la ambición desmesurada y la ética. En particular, una educación centrada en el bien comunitario y la responsabilidad social fomenta una cultura de liderazgo empresarial y tecnológico ético, mientras que un enfoque centrado en la maximización de la rentabilidad financiera a corto plazo perpetúa los comportamientos no éticos.

En México, los modelos educativos actuales han sido objeto de críticas por su falta de enfoque en el bien comunitario y la responsabilidad social. En par-



ticular, el enfoque en la evaluación estandarizada y la memorización de información fomenta una cultura de competencia individualista.

Esto se ejemplifica por medio de la maximización de las calificaciones y las ganancias a corto plazo. Es importante seguir explorando y apoyando estas iniciativas para construir una sociedad más ética y justa. Como conclusión, presento algunas preguntas para reflexionar sobre este tema: ¿cómo podemos fomentar la ética en la sociedad actual?, ¿de qué manera podemos contrarrestar el utilitarismo?, ¿cómo puede la educación ayudar a contrarrestar el aspiracionismo moderno?, ¿cuáles son las consideraciones éticas más profundas que debemos tener en cuenta al tomar decisiones importantes? ○



BROTOPIA

cultura “BRO” en Silicon Valley

Mucho “bro” es malo. Un libro destapa la caja de Pandora en la tierra de la innovación y las inversiones millonarias... dominada por hombres.

POR: ANA RENATA VILLAR CANTÚ. ESTUDIA EL 9.º SEMESTRE DE LA LICENCIATURA EN ESTUDIOS HUMANÍSTICOS Y SOCIALES Y LA LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA. UDEM.

Silicon Valley, el valle del silicio en California, es famoso por ser la raíz de la industria tecnológica en Estados Unidos, debido a tener la presencia de diversas plantas de producción de chips de silicio, una parte esencial para la producción de computadoras y celulares.

No obstante, el componente tecnológico no es lo único que hace que esta industria crezca como lo ha hecho en la última década, sino también el talento humano. Para ello, existen estructuras organizacionales complejas, donde el liderazgo y la toma de decisiones son factores de suma importancia para que las grandes empresas sigan presentes en la bolsa de valores.

Cuando se habla de liderazgo, existen muchas conversaciones que se pueden tener al respecto. Una es la estructura de poder que se ha creado con el fin de encabezar las empresas de Silicon Valley. ¿Qué perfil debe tener una persona para tener el trabajo de liderar a un grupo de colaboradores tan importante como lo

son en estas industrias? Emily Chang, autora del libro *Brotopia* (2018), tiene una respuesta: una parte esencial de este perfil de líder es ser hombre.

En su libro, Chang habla de la cultura de masculinidad como sinónimo de poder que existe en entornos como Silicon Valley. Esta autora reclama la manera en que las decisiones profesionales son tomadas en ambientes informales, donde los hombres pueden transgredir límites y ejercer poder masculino. Después del horario laboral, estos líderes con poder de inversión hacen *networking* en lugares donde las mujeres empresarias no suelen acudir, como jacuzzis en hoteles. Además, las mujeres que sí están ahí (para discutir, por ejemplo, el futuro de sus decisiones laborales) solo lo están como objeto de deseo.

EL CLUB DE TOBY CALIFORNIANO...

Es importante resaltar que, aunque las mujeres sean líderes a través de puestos de trabajo relevantes, hay



una faceta de la desigualdad que no está escrita en papel. Esto involucra las conversaciones que se llevan a cabo por debajo del agua, extraoficialmente, en ambientes donde las mujeres no tienen acceso, o para tenerlo, deben sacrificar su integridad y seguridad para ser acosadas.

Entonces, por más esfuerzos oficiales para la igualdad —por ejemplo, capacitaciones contra el acoso o talleres de responsabilidad social—, todavía existen conversaciones en las que los hombres utilizan el poder que el sistema patriarcal les otorga para avanzar de maneras poco éticas. Sin embargo, las mujeres siguen estando excluidas de la formación de capital económico por el simple hecho de no estar invitadas a lo que Emily Chang llama “club de chicos”.

... PERO EL PROBLEMA ESTÁ MÁS CERCA DE LO QUE PENSAMOS

Lo que se describe en el trabajo de Chang no es un suceso aislado, sino que este tipo de eventos son constantes en ambientes laborales, especialmente en lugares con una fuerte existencia de industrias. Es importante analizar cómo esta cultura de

masculinidad está presente en Nuevo León (un estado conocido por ser un centro industrial fuerte en México), afectando las oportunidades que las mujeres neoleonas reciben, y el ambiente laboral que les da la bienvenida al entrar a estos entornos. Esto es relevante, en especial cuando se introduce el factor de la cultura mexicana a la mezcla, en la cual el machismo acapara una parte muy grande de ella.

Es evidente que el acoso sexual y la desigualdad no están presentes exclusivamente en las industrias, pero lo laboral es un componente esencial de la vida de la mayoría de las personas. Por este motivo, surgen los cuestionamientos de qué pasos dar para resolver este problema.

Chang habla de que un primer paso es comprender lo que está ocurriendo, entender cómo los hombres están usando su poder dentro y fuera de los centros de trabajo. Además, con respecto a la importancia de que las mujeres hablen acerca de lo que observan, la autora asegura que, aunque es difícil y lleva consigo riesgos reales, es un paso más para tratar de erradicar la cultura de las masculinidades tóxicas que existe en el mundo laboral. ○

CÓMO SENTIRTE BIEN



DE MANERA INSTANTÁNEA

Pensar algo demasiado



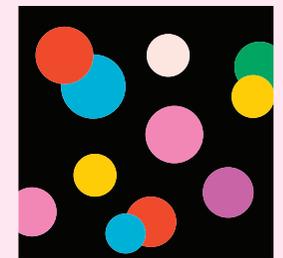
ESCRIBE

Ansiedad



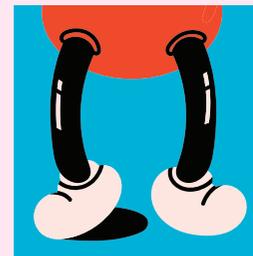
MEDITA

Cansancio



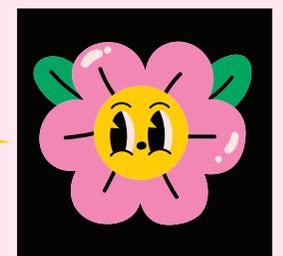
TOMA UNA SIESTA

Tristeza



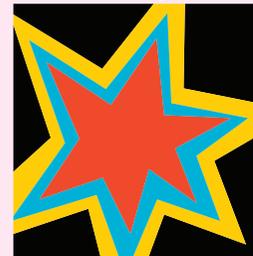
HAZ EJERCICIO

Estrés



SAL A CAMINAR

Enojo



ESCUCHA MÚSICA

Burnout



LEE

Flojera



REDUCE "TIEMPO DE PANTALLA" ◦

POR MI CARA BONITA ME CONOCERÁS:

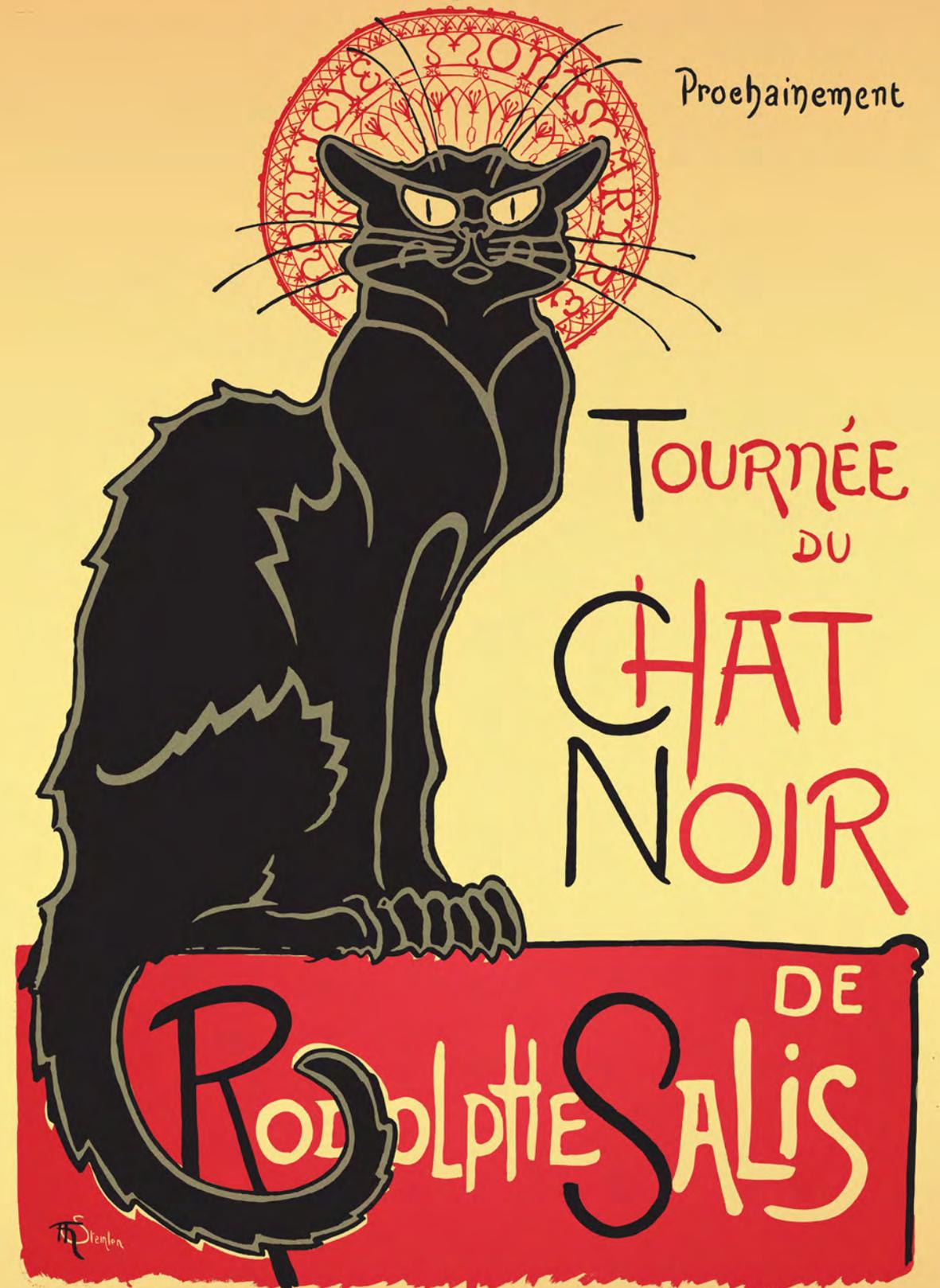
LOS CARTELES

MÁS ICÓNICOS EN LA HISTORIA



El diseño de carteles ha marcado la historia en diferentes formas, unos reflejando momentos o lugares históricos, otros con personajes memorables. Soy diseñadora y, además, gran fanática de las artes gráficas, por lo que no fue fácil hacer una selección de los carteles más icónicos. Busqué enlistar algunos de los más reconocidos en el tiempo y por la gente, y no solo mis favoritos. Por orden de creación, esta es una recopilación de los carteles más emblemáticos:

POR: DIANA WOOLRICH OROZCO. GERENTE DE MERCADOTECNIA. UDEM.



MOULIN ROUGE

El padre de los carteles es un póster para el Moulin Rouge de París creado en 1890 por Jules Chéret. Nace como propuesta de un nuevo estilo de publicidad y su impresión en litografía logró colores vibrantes. La chica y el molino son parte de la memorabilia francesa.

LE CHAT NOIR

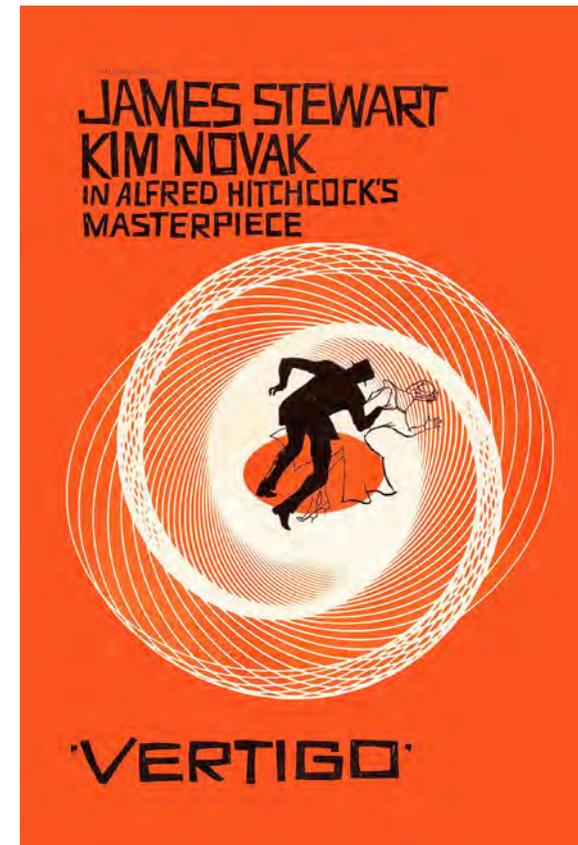
Diseñado en 1896 por Théophile Steinlen, creador de diversos carteles y pinturas, sobre todo en el estilo *Art Nouveau*. Esta obra promovía un tour del cabaret que le da nombre a esta pieza y tiene un lugar importante en la historia visual parisina.

METRÓPOLIS

Igual de conocido que el filme fue su publicidad creada por Heinz Schulz-Neudamm. Era una impactante litografía de 92.7 x 205.7 centímetros. La historia transcurre en 2026 y es protagonizada por una robot que libera a la clase obrera. Una de sus copias originales fue subastada como el póster cinematográfico más caro de la historia.

I WANT YOU FOR U.S. ARMY

El artista estadounidense James M. Flagg desarrolló este póster que buscaba reclutar soldados en 1917 para la Primera y Segunda Guerra Mundial. Popularizó el "I WANT YOU FOR U.S. ARMY" y utilizó su rostro para "Uncle Sam". La frase sigue vigente en piezas publicitarias.

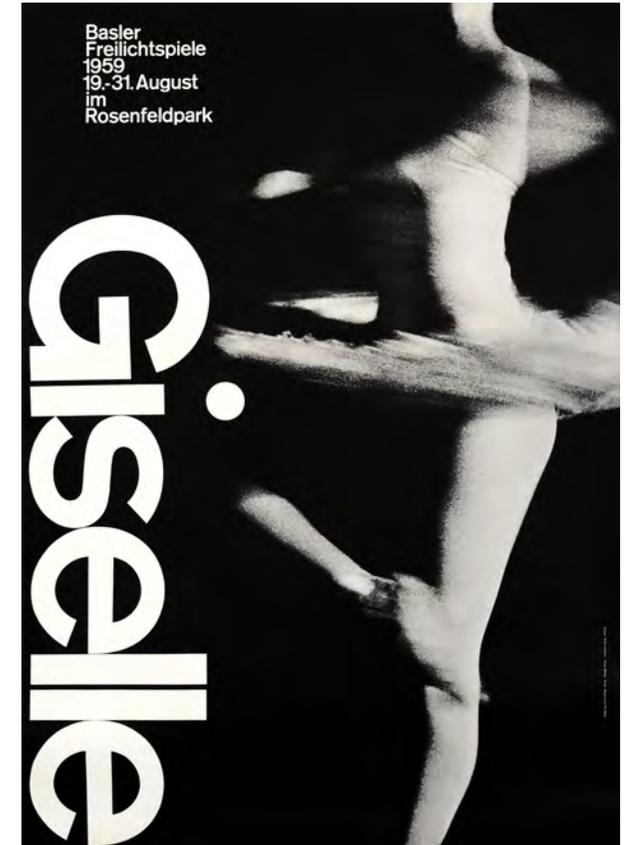


WE CAN DO IT!

Otro afiche utilizado como propaganda de guerra en 1943, diseñado por J. Howard Miller, buscaba levantar la moral de las trabajadoras de *Westinghouse Electric*. Su personaje "Rosie the Riveter" (Rosie la remachadora) tuvo una nueva popularización en 1980 al ser utilizada como símbolo del feminismo y la liberación política de la década.

VÉRTIGO

Saul Bass, diseñador de muchos afiches cinematográficos e identidades corporativas famosas, fue el encargado de hacer el cartel para la película *Vértigo* de Alfred Hitchcock en 1958. Figuras geométricas, paletas de colores contrastantes y tipografía especialmente creada para sus piezas, caracterizan también otras obras importantes de Bass, como *Anatomy of a Murder* y *The Man with the Golden Arm*. El especial estilo de Bass sigue vigente en otros creadores dando vida a piezas gráficas en la actualidad.



GISELLE

La armonía del Estilo Internacional Suizo, uno de los movimientos más importantes del diseño, tiene cabida en este póster blanco y negro, creado por Armin Hofmann en 1959, realizado en fotolitografía. Una caja de texto, la fotografía de una bailarina y el título de la pieza son los únicos elementos en el afiche, logrando una composición limpia y jerárquica que la vuelven la obra en un referente de estilo.





MARILYN

El díptico de Marilyn, una obra terminada pocas semanas después de la muerte de la actriz en 1962, es una serigrafía de 50 imágenes de la también modelo, hecha por Andy Warhol, uno de los artistas más influyentes del *Pop Art*. El movimiento artístico nacido en 1950 en Inglaterra encontró su lugar una década después en Estados Unidos. La brillantez de sus colores que contrasta con las formas repetidas, buscaba la crítica social del consumismo de la época; por esta razón encontramos objetos cotidianos en el arte pop como la sopa Campbell's, Mickey Mouse y hasta un plátano.

DYLAN

En 1966 Milton Glaser fue comisionado para crear el póster que acompañaría el álbum de grandes éxitos de Bob Dylan y lo hizo inspirándose en el autorretrato del gran artista francés Marcel Duchamp. Aunque Milton es también reconocido por su publicidad de "I ♥ NY", esta pieza con cabellos psicodélicos que evocaba los efectos de las drogas es fundamental en su trabajo gráfico.

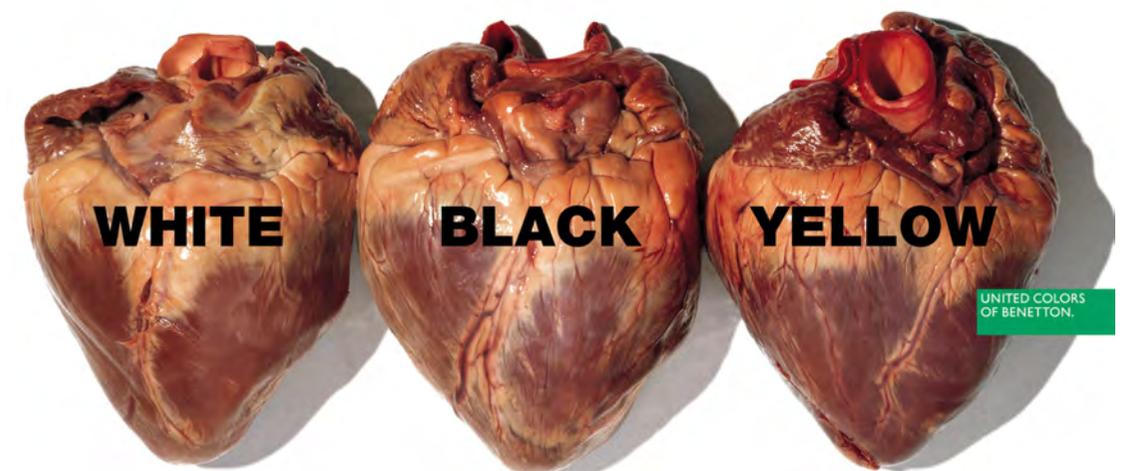


HOPE

Uno de los carteles contemporáneos más populares es de Shepard Fairey, quien, antes de trabajar en toda la campaña política de Obama en 2008, creó en un sólo día esta imagen ya reconocida y reinterpretada por muchos. El trabajo de este diseñador y artista urbano ha buscado el activismo y la crítica social en sus obras callejeras. Su reconocimiento nace con *OBEY*, una campaña en pegatinas desarrollada cuando aún era estudiante en 1989, que solo buscaba llamar la atención de sus compañeros de patineta, pero que encontró auge entre el público general y dio pie a un fenómeno.

CORAZONES

United Colors of Benetton se ha caracterizado por la polémica en su publicidad. Tiene detrás de muchas de sus piezas al fotógrafo italiano Oliviero Toscani, ganador, entre otros premios, de cuatro Leones de Oro y el Grand Prix de la UNESCO. Toscani ha trabajado también para grandes publicaciones como *Elle*, *Vogue* y *Harper's Bazaar*; siempre dejando como sello personal la polémica que incita a la reflexión.



TRES DE MIS FAVORITOS (PARA NO QUEDARME CON LAS GANAS DE COMPARTIR):



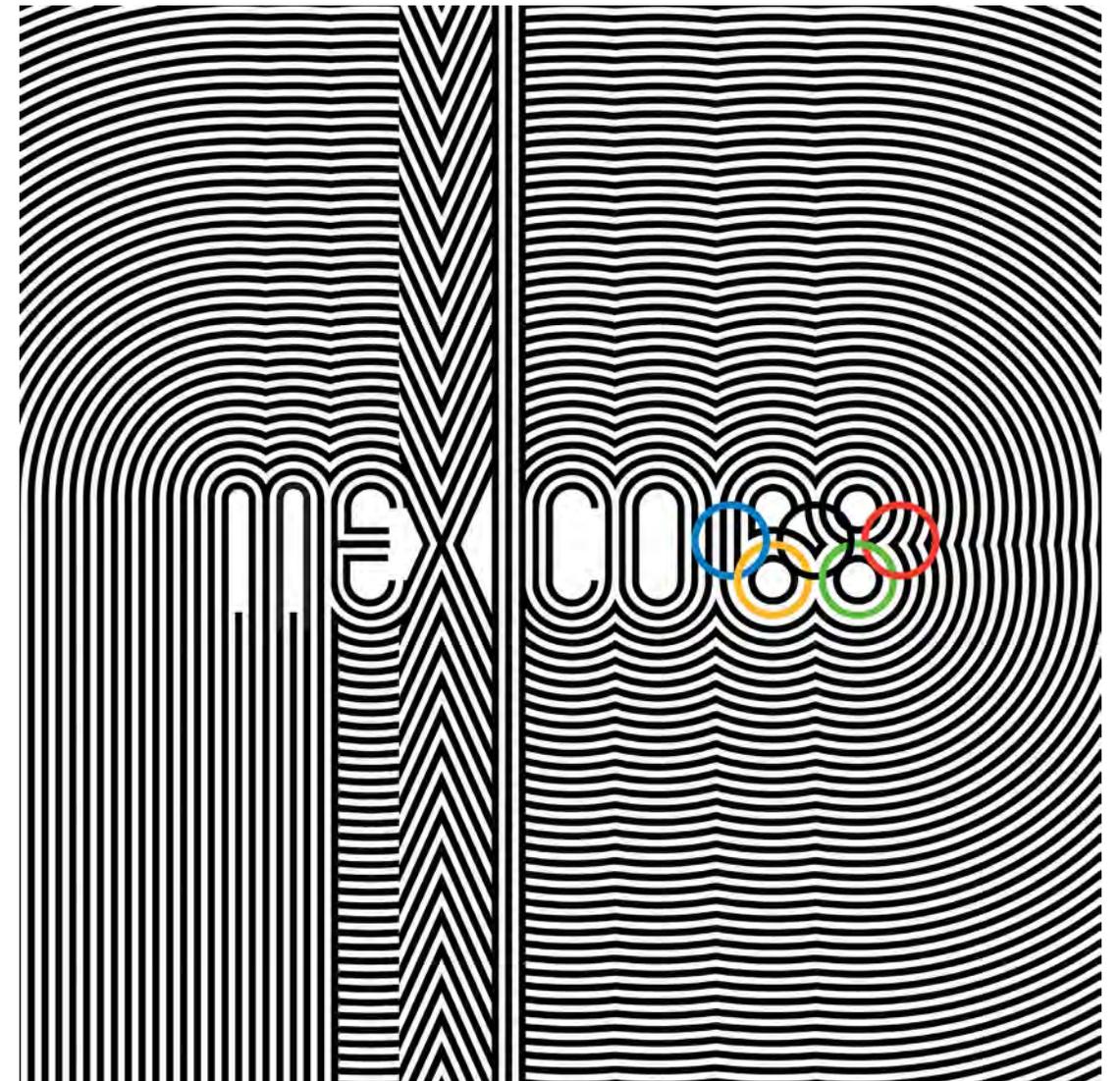
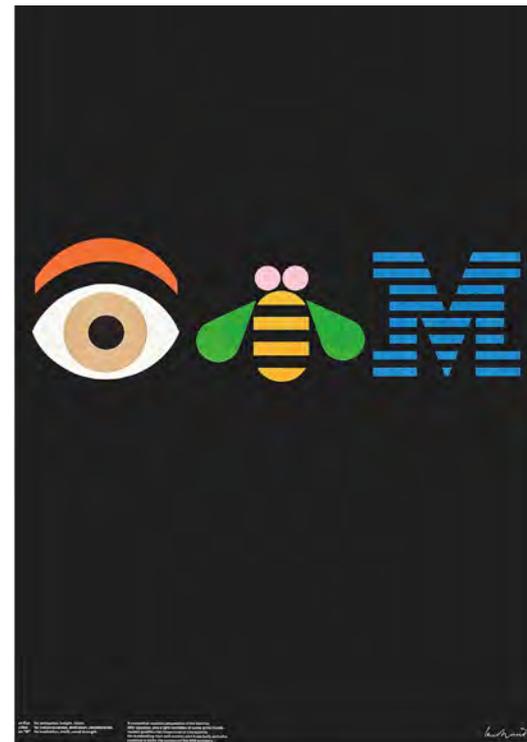
KNOLL
Un poster de 1970 diseñado por el italiano Massimo Vignelli, famoso no solo por sus afiches, sino también por su aportación modernista a la industria creativa.

IBM

Paul Rand rediseñó la marca de IBM, y entre todas las propuestas de folletos, papelería y comunicación, se encuentra también este cartel que promueve la empresa a través de un ingenioso juego visual de palabras.

JUEGOS OLÍMPICOS MÉXICO 1968

Un trabajo ejecutado por el estadounidense Lance Wyman y el mexicano Eduardo Terrazas. Se convirtió en una de las imágenes más representativas de los juegos olímpicos, que por cierto fueron los primeros en celebrarse en América Latina. ○





YA SOMOS MÁS DE 8 MIL MILLONES DE HABITANTES EN EL PLANETA.
¿LLEGAREMOS A SER 15 MIL MILLONES? ¿DÓNDE CABREMOS?
LAS IMPLICACIONES DE ESTE FENÓMENO DEMOGRÁFICO.

POR: MARÍA EUGENIA GUZMÁN BÁRCENA.
ESTUDIA EL 9.º SEMESTRE DE LA LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA. UDEM.

8,000,000,000

La humanidad ha roto su propio récord. El 15 de noviembre de 2022, la ONU anunció que superamos la medida poblacional a más de 8 mil millones de habitantes en la Tierra.

En 1950 éramos 2,500 millones. Se estima que la población mundial aumentará casi 2 mil millones de personas en los próximos 30 años, pasando de los 8 mil millones actuales a los 9,700 millones en 2050, y podemos llegar a un pico inimaginable: 10,400 millones para 2080.

Ante este fenómeno, la ONU declaró el 15 de noviembre como el “Día de los 8 mil millones”, lo que marca un momento simbólico dentro de la historia de la humanidad. Sin duda, gracias a las medidas modernas



FOTOS: SHUTTERSTOCK

de salubridad, los esfuerzos por mejorar la calidad de los alimentos y la vida posindustrial han sido factores que han permitido la longevidad de la población: cada vez nace más gente y menos muere.





SOMOS MUCHOS

No todas son buenas noticias: el fenómeno sobrepoblacional también presenta un reto gigantesco para la gestión global en materia de recursos sostenibles, de disminución de desigualdades y de espacialidad.

Si tomamos en cuenta el contexto de la sociología urbana y la geografía, a partir del estudio de las poblaciones desde una perspectiva demográfica, es posible observar la cambiante dinámica que existe y vincularla con diversas teorías para analizar las consecuencias ante el aumento o la disminución de la cantidad de personas que habitan un solo punto.

La perspectiva sociológica toma un papel vital en esta discusión: este fenómeno no solo afecta la espacialidad física, sino que tiene consecuencias más allá de las políticas públicas, el desarrollo sostenible y la cultura que cada territorio representa desde donde está, la cual se vincula también con el fenómeno migratorio.

Entonces, si ya somos 8 mil millones de personas, ¿qué implicaciones cercanas encaremos?

SEREMOS MÁS

Algunos de los retos que hemos comenzado a enfrentar como humanidad de unos años hacia acá son la

contaminación y el calentamiento global por el consumo, lo que ha degradado nuestros océanos y ha desaparecido nuestra flora a un ritmo alarmante.

Los humanos, en su necesidad por continuar expandiéndose, han arrasado con los bosques para el desarrollo de la agricultura, para generar viviendas y para fomentar la comercialización de productos. Lo mismo sucede con el consumo de carne y productos de la tierra, los cuales han requerido tener una amplitud en su producción para lograr alimentar a las miles de millones de personas que necesitan cumplir con mínimo tres comidas diarias.

Además, la ONU prevé que en siete años seamos 500 mil más; como en todas las proyecciones, claro que existe cierto margen de error en cuanto a estos últimos datos. Los resultados se basan en la variante media de la proyección de fecundidad, que contempla un descenso de esta en los países donde aún predominan las familias numerosas y un notable aumento en países en los que la media de fecundidad es inferior a dos hijos, por ejemplo, en algunos países del continente africano.

La población de África, según algunas estimaciones, podría cuadruplicarse a finales de siglo. Para entonces podría tener más gente que China, que cuenta

con 10 veces más terreno. Todo depende de las tasas de natalidad. Las proyecciones se basan en suposiciones y la realidad podría ser muy diferente.

¿TENEMOS ESPACIO SUFICIENTE?

En general, todas las previsiones y teorías sobre el fenómeno de la sobrepoblación del siglo pasado aseguraban que esta llevaría al fin de la raza humana, sin embargo, hoy se ha adquirido una perspectiva distinta.

Según el doctor en geografía de la Universidad Autónoma de Barcelona, Fernando Gil Alonso, la sobrepoblación es cosa del pasado. Sin duda, este concepto es algo difícil de entender cuando se nos han enseñado teorías apocalípticas del final de los tiempos. Bajo los planteamientos de la teoría de la transición demográfica, la situación cambia.

En todas las etapas de la historia, siempre descendía la mortalidad antes que la natalidad. Esto provoca que, cuando vuelve a subir la natalidad, haya un periodo con mucha más gente joven en edad de procrear, y se da ese aumento exponencial de población. Eso es justo lo que sucedió en la segunda mitad del siglo pasado. Pero el fenómeno ha cesado, la fecundidad está descendiendo y lo que vivimos ahora es la inercia. A finales de siglo, la población se estabilizará en unos 11 mil millones de habitantes y ya no pasará de ahí.

Ahora, si bien es un mensaje algo tranquilizador, ese número de personas continúa siendo alarmante desde otras perspectivas. El problema, por lo tanto, debe reenfocarse más allá de la espacialidad y tomar en cuenta la explotación, la utilización de esos recursos y, por extensión, la degradación del medio ambiente.

NECESITAMOS PLANETA Y MEDIO

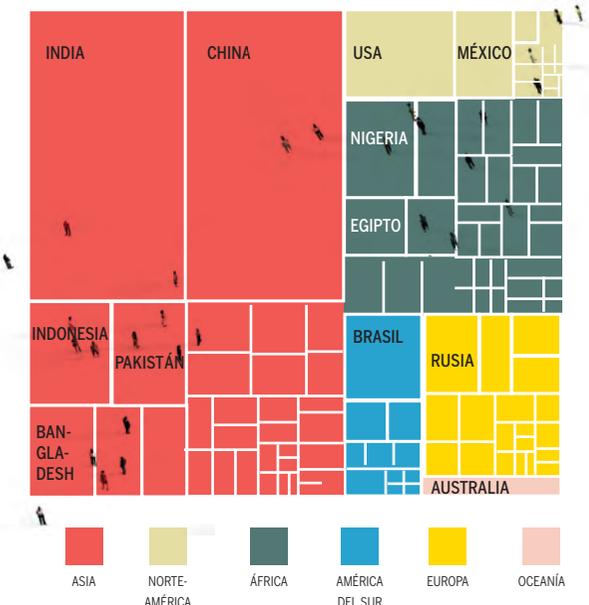
No es tanto que la población vaya a crecer demasiado, sino que estamos consiguiendo que nuestro mundo se vuelva cada vez más pequeño. Junto con el desgaste del medio ambiente, los humanos somos quienes producimos las catástrofes naturales, lo que ha vuelto

muchas zonas ya inhabitables. Asimismo, las administraciones y empresas tienen que empezar a tomar medidas para cambiar el modelo de consumo. Estamos en un momento en el que consumimos productos a una tasa de 1.5 veces los recursos que necesitamos para producirlo, lo que significa que, al ritmo actual, haría falta un planeta y medio para abastecer a todos. Y eso sin contar con que los países emergentes empiecen, paulatinamente, a consumir al mismo nivel que los países más industrializados.

Por todo lo anterior, solo queda decir que la superpoblación no es el gran problema de nuestro siglo, pero sí su gestión. De nosotros depende el futuro, depende de qué condiciones del planeta queremos heredar a nuestros hijos. De nosotros depende tomar decisiones responsables, regular nuestro consumo y cuidar el entorno. Ser conscientes de las problemáticas que atravesamos nos vuelve embajadores del cambio social.

Entonces, ¿qué medidas vas a tomar para crear un cambio? ○

¿DÓNDE VIVEN 8 MIL MILLONES DE PERSONAS?



EL COACHING DE VIDA: EL CAMINO HACIA EL ÉXITO

Te resolvemos las preguntas que te haces de vez en cuando: ¿qué es un *coach* de vida?, ¿qué hace?, ¿cuáles son los mejores?

POR: EMMA VILLARREAL. ESTUDIA EL 3.º SEMESTRE DE LA LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA DEL TRABAJO Y LAS ORGANIZACIONES. UDEM.

Todos tenemos un propósito de vida, una meta a la que anhelamos llegar. Para cada quien es único e irrepetible y también va cambiando a través de los años. En nuestra búsqueda por alcanzar el éxito y la plenitud en todos los aspectos de nuestras vidas, a veces nos encontramos con obstáculos y desafíos que nos impiden avanzar. Esos momentos pueden parecer eternos y no se ve nada de luz al final del túnel. Pero realmente estos instantes son cruciales, ya que un *coach* de vida puede convertirse en nuestro mejor aliado, brindándonos orientación, apoyo y las herramientas necesarias para superar nuestras limitaciones y alcanzar nuestro máximo potencial.

Para empezar, un *coach* de vida es un profesional que

trabaja con las personas para ayudarles a identificar y lograr sus metas personales, profesionales o ambas y descubrir su propósito en la vida y acercarse a ello. Todo esto a través de un enfoque personalizado y orientado a cada cliente. El *coach* de vida nos guía en un proceso de autorreflexión, descubrimiento de fortalezas y superación de obstáculos. Es un camino largo, de mucha paciencia y presencia, en el que el *coach* actúa como un socio comprometido y un catalizador para el cambio positivo, brindando apoyo emocional, motivación y responsabilidad.

Utiliza una variedad de técnicas y herramientas para ayudar de manera personalizada a cada uno de sus clientes. Esto incluye la realización de

sesiones individuales de *coaching*, donde el guía trabaja directamente con el cliente para establecer metas, identificar obstáculos y diseñar un plan de acción. Además, los *coaches* ofrecen talleres, seminarios y programas de desarrollo personal para grupos de personas que deseen mejorar aspectos específicos de sus vidas. Cada experto puede tener su propio método o programa para guiar al éxito a sus clientes.

Ser *coach* de vida puede escucharse como una profesión muy básica o que mucha gente podría hacer, pero realmente se necesita de mucha preparación y, la mayoría de las veces, su servicio no es nada económico.

Es importante tener en cuenta que el costo de contratar a un *coach* de vida (puede ser de hasta 500 dólares por sesión) se considera una inversión en el desarrollo personal y el logro de metas, por lo que el valor que se obtiene de este trabajo es muy significativo. Además de las sesiones individuales, algunos ofrecen programas o paquetes que incluyen un número determinado de servicios adicionales, como seguimiento por correo electrónico, materiales de trabajo o acceso a recursos exclusivos. Estos programas pueden tener un precio diferente según su contenido y duración.

También, las redes sociales y plataformas como YouTube, Instagram y LinkedIn se han convertido en canales populares para compartir consejos y estrategias de desarrollo personal. Los *coaches* de vida cuentan con *blogs*, *podcasts* y sitios web interactivos. Por su parte, las conferencias, los retiros y los programas de *coaching* grupal son canales efectivos para llegar a una audiencia más amplia.

UN POCO DE PASADO... Y MUCHO DE FUTURO

El *coaching* de vida como profesión ha experimentado un notable crecimiento a lo largo de los años. Aunque

sus raíces se remontan a principios del siglo XX, fue en la década de 1970 cuando comenzó a ganar popularidad y reconocimiento como una disciplina efectiva para el desarrollo personal y profesional. En sus primeras etapas, se centraba en el ámbito empresarial y se utilizaba para mejorar el rendimiento de los ejecutivos y líderes corporativos. Sin embargo, con el tiempo, su enfoque se amplió para abarcar todos los aspectos de la vida de una persona, incluyendo la salud, las relaciones, la carrera y la espiritualidad.

Esta profesión es una tendencia mundial y hay muchos *coaches* de vida internacionalmente reconocidos y exitosos gracias a sus programas. En México, existen varios destacados:

Ismael Cala: su enfoque se basa en la psicología positiva y la transformación personal.

Tere Díaz: destaca por su trabajo en el ámbito del *coaching* empresarial.

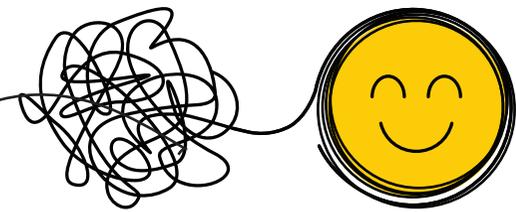
Rubén Chacón: especializado en *coaching* de relaciones y bienestar emocional. Su enfoque incluye técnicas de comunicación efectiva, inteligencia emocional y desarrollo de habilidades sociales.

Verónica de Andrés: se centra en el desarrollo del liderazgo y la gestión del cambio.

En conclusión, el *coaching* de vida ha demostrado ser una poderosa herramienta para el desarrollo personal y profesional, y como tal se ha ido consolidando a nivel mundial a lo largo de los años. El papel de los expertos es fundamental para proporcionar orientación, apoyo y motivación a sus clientes.

Si estás buscando alcanzar tu máximo potencial y superar los obstáculos que te impiden lograrlo, considera trabajar con un *coach* de vida y descubre el poder transformador que puede tener en tu vida. ○

IMÁGENES: SHUTTERSTOCK



ESTO PUEDE PARECER ATERRADOR



AHORA



1 AÑO DESPUÉS

PERO ESTO ES MUCHO PEOR





Lo que iba a ser

ASCENSO Y DESCENSO DE *THE NEXT BIG THING*: LA APP QUE PROMETÍA AUTENTICIDAD, PERO QUE A LA GENTE LE ABURRIÓ.

POR: ALONSO AGUILAR

... ¿y nomás no?



BeReal, la aplicación de moda entre los adolescentes, llegó a nuestros celulares en 2020, en plena pandemia. Una notificación aparecía en nuestra pantalla y pausábamos cualquier cosa que estuviéramos haciendo para revisarla. Era momento de “ser reales”.

Esta *app* era una alternativa a la vida “artificial” que otras plataformas presumían: si en Instagram eran poses meticulosamente pensadas y ejecutadas, y fotos perfectas de una pasta a la boloñesa, el contenido en BeReal eran ensaladas sin mucho chiste, gente despeinada y encuadres improvisados. En julio de ese año, la aplicación se colocaba en la cima de las descargas de la App Store de Apple. Expertos y medios la llamaron la nueva gran red social. Instagram y TikTok temblaban.

Tres años después, la magia se acabó. O, al menos, así parece. Usuarios en general descubrieron

que la monotonía y sencillez de sus propias vidas, de su cotidianidad, fue algo atractivo solamente por un corto tiempo.

En entrevista con *The New York Times*, Night Noñoña, estudiante de 17 años en California, afirma que descargó la aplicación en agosto de 2022 y le gustó ver las vidas normales de sus amigos y que eran menos glamorosas que lo que veía en otras *apps* sociales. Después de unos meses, se cansó de ver las mismas imágenes (alguien sentado frente a su escritorio estudiando con su compu) y borró la aplicación. “La Gen Z adoptamos las tendencias muy rápido, pero más rápido nos bajamos de ellas”.

Las descargas de la *app* han disminuido mes a mes desde septiembre de 2022, según datos de Sensor Tower, una agencia de inteligencia de mercado. Por otro lado, Apptopa, otra agencia de análisis, asegura que de 15 millones de usuarios activos dia-

rios en octubre de 2022 —su punto máximo—, en marzo pasado eran solamente seis millones.

Es claro que BeReal está en aprietos por dejar de ser popular, y su comunicado de prensa, publicado en noviembre de 2022, es prueba de ello: “Queremos para nosotros lo que queremos para nuestros usuarios. No perseguimos la fama ni queremos ser el centro de atención o estar pendientes de indicadores, como el número de seguidores o de descargas”.

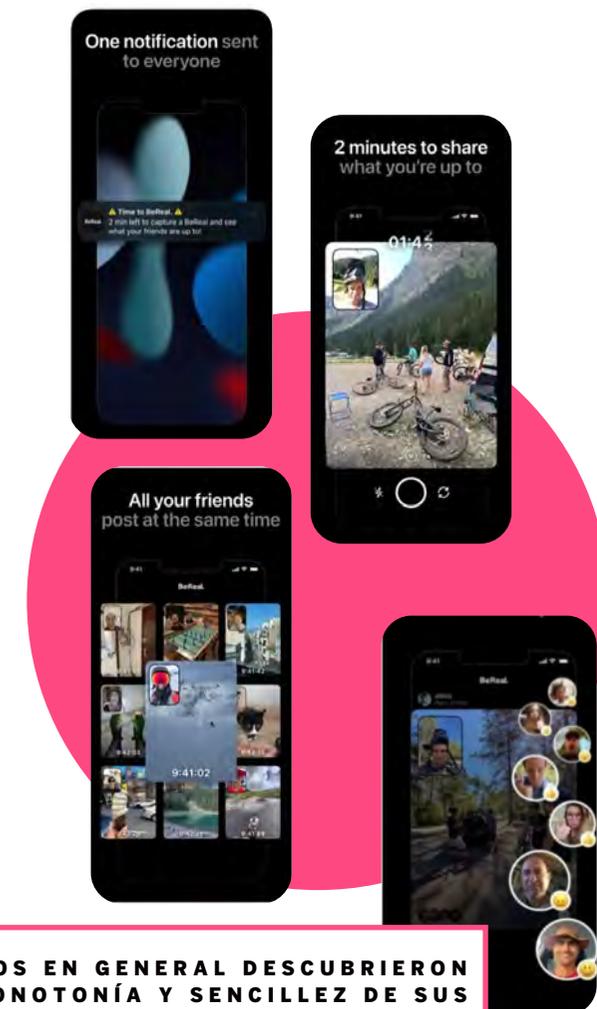
BeReal ha cambiado alguna de sus reglas que antes eran inamovibles, para ser más atractiva, pero corre el riesgo de convertirse en aquello que juró combatir. Por ejemplo, ahora puedes “ser real” mucho después de que te llegue la notificación y esperar un momento atractivo que quieras compartir. En tu contenido subido, aparece una nota de cuánto tiempo te tomaste o cuántas fotografías desechaste para encontrar la perfecta. ¿Qué tanta autenticidad de momento puede haber ahí?

Esto se contrapone a la idea nuclear de la *app*: los usuarios se empezaron a dar cuenta de que la promesa de ser real podría ser falsa y que el realismo que esperaban simplemente no estaba ahí.

Sin embargo, toda red social masiva prende los focos rojos de sus competidores, al grado que le copian algunas funciones —si no es que todas—: en julio del año pasado, Instagram presentó su cámara dual y TikTok lanzó TikTok Now, característica basada en una notificación que recuerda a sus usuarios subir una foto o video espontáneo cada día.

BeReal iba a ser el “nuevo Instagram” (algo que TikTok sí logró). ¿Será que, en serio, no queremos compartir en el mundo digital nuestra vida auténtica y siempre queremos maquillarla?

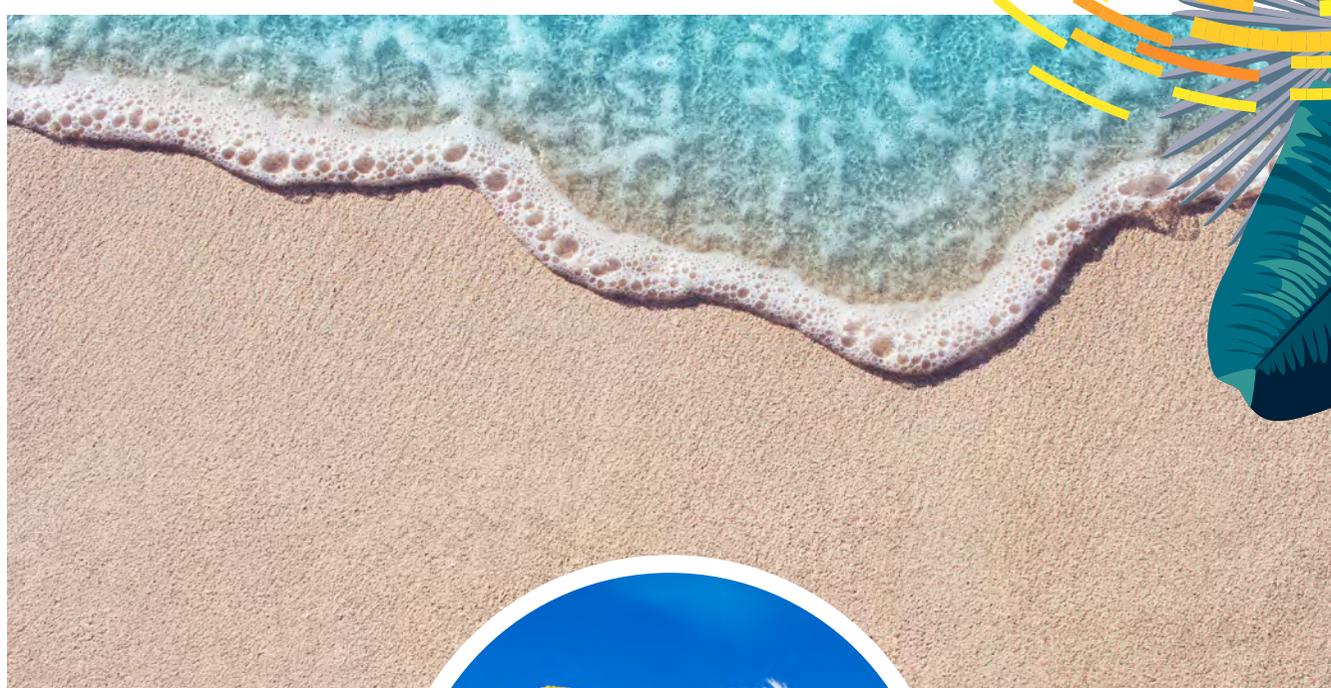
A pesar de que ser auténtico es lo que siempre buscamos, “ser real” tal vez no sea lo más atractivo. ○



USUARIOS EN GENERAL DESCUBRIERON QUE LA MONOTONÍA Y SENCILLEZ DE SUS PROPIAS VIDAS, DE SU COTIDIANIDAD, FUE ALGO ATRACTIVO SOLO POR UN TIEMPO.



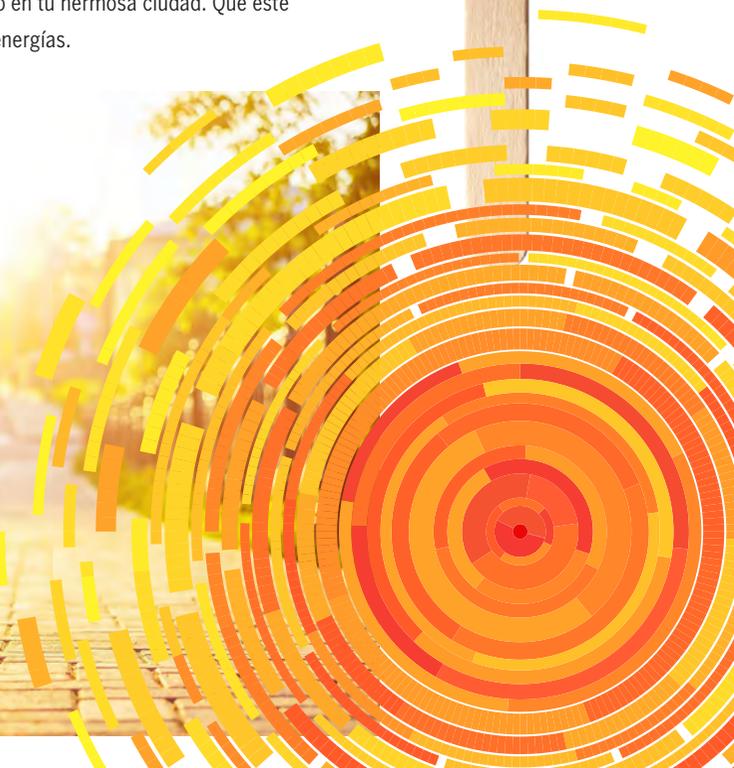
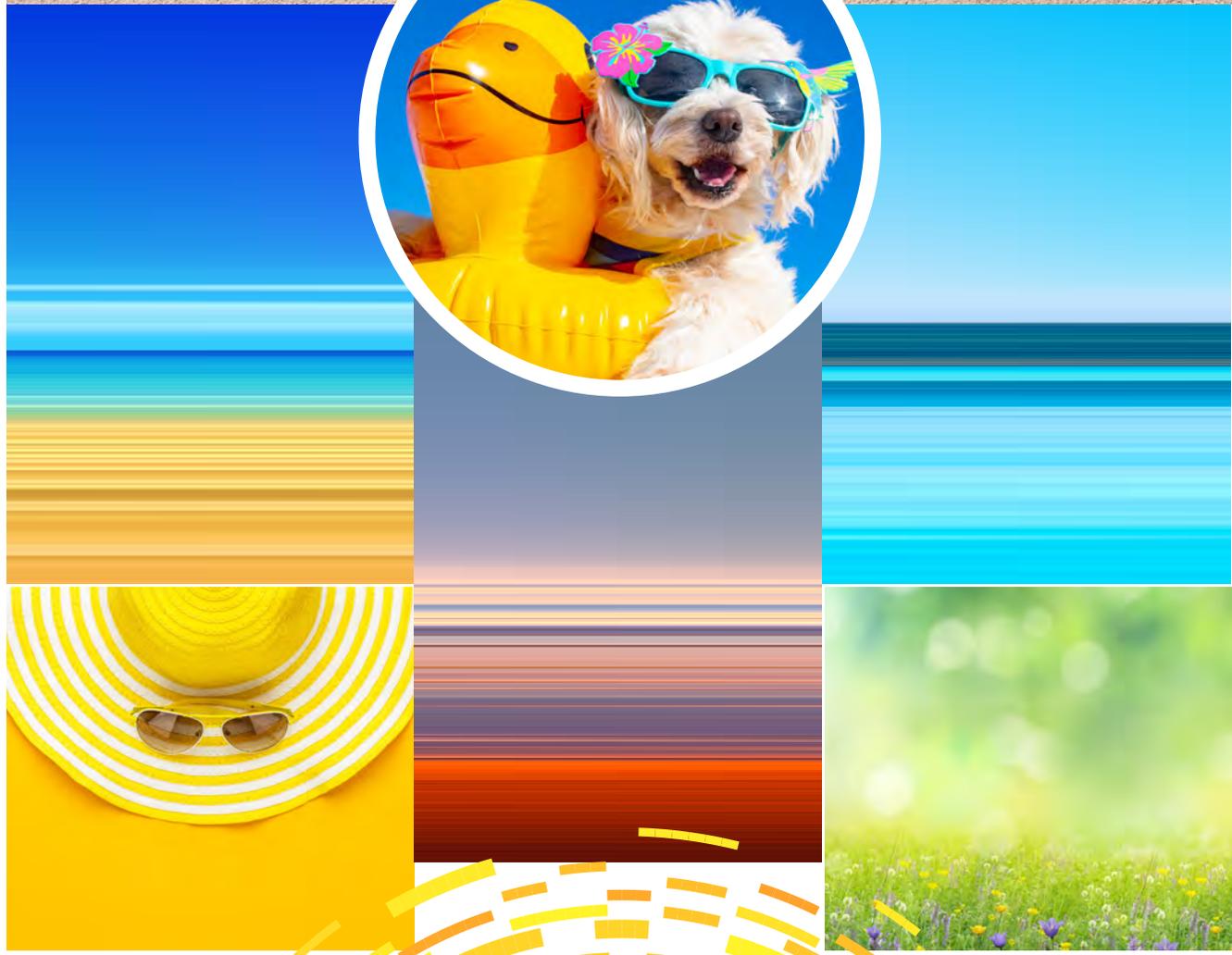
FOTOS: SHUTTERSTOCK



SUMMER LOVIN' HAPPENED SO FAST

"Summer afternoon. To me those have always been the two most beautiful words in the English language".

Esta es una cita del escritor Henry James y deseamos que hayas disfrutado tus días de verano. Ya sea en la playa, en la montaña, en el bosque o en tu hermosa ciudad. Que este moodboard te sirva de nueva inspiración para recargar energías.



LA NUEVA FÓRMULA 1



La F1 dejó atrás los tiempos de los números rojos para convertirse, con ayuda de series de televisión, pilotos y controversias, en uno de los deportes más rentables del mundo.

POR: ALONSO AGUILAR

Los fanáticos de este campeonato mundial de automovilismo tienen muy en mente el año 2016. Hace siete años, la compañía de medios de Estados Unidos *Liberty Media* compró el Grupo F1 por 4.4 millones de dólares a su propietario principal, el inglés Bernie Ecclestone, y rápidamente empezó la maquinaria capitalista. El deporte de Michael Schumacher, Ayrton Senna y Niki Lauda dejó de ser uno "europeo" para transformarse en un producto 100 % norteamericano.

FOTOS: SHUTTERSTOCK



Antes de ese golpe de timón, tener un monoplaza no era lo más rentable, a menos que pertenecieras a uno de los equipos punteros (Red Bull, Ferrari, Mercedes). Las pérdidas eran muy grandes y debilitaban el argumento de exposición de marca que el automovilismo permitía —desde 2004, Ford, una de las más importantes armadoras de coches, dejó de estar presente en lo que sería su competencia natural por los paupérrimos beneficios económicos.

LAS COSAS AHORA SON MUY DIFERENTES

Liberty Media alcanzó un valor de 7.8 millones de dólares y la audiencia ha aumentado 4 %. Cada año supera el anterior con las ganancias registradas y la fanaticada es cada vez más visible.

No solo eso: *Liberty Media* no ha perdido el tiempo e hizo accesible este deporte a más personas, de todos los países y niveles sociodemográficos a través de medidas impresionantes: más presencia en redes sociales, una (buenísima) serie de Netflix que ha batido récords y que presenta el deporte como uno trepidante y lleno de adrenalina (más de lo que ya es), y más opciones para los asistentes en los Grandes Premios (GP). Además, dio paso a lo inevitable: tres GPs solamente en territorio estadounidense. A Austin se le sumó Miami en 2022 y Las Vegas en 2023.

¿EN QUÉ CONSISTE ESTE NUEVO IMPERIO?

Un poco de números:

Ingresos primarios (por supuesto, millonarios):

- Tasas que un promotor tiene que pagar por ser anfitrión de un GP
- Venta de derechos mediáticos
- Derechos publicitarios
- Patrocinios
- F1 TV

TOTAL DE INGRESOS EN 2021
(últimos números registrados al momento de editar este artículo)

1.8
MILLONES DE DÓLARES
(aproximadamente)



Otros ingresos:

- Venta de entradas en el *Paddock Club*
- Negocios auxiliares como la *Porsche Supercup*
- Otros

TOTAL DE INGRESOS:
273
MILLONES DE DÓLARES
(aproximadamente)

Los ingresos de entradas son para el promotor



En el Gran Premio de Miami de 2022, la F1 dio un paso nuevo: participó como promotora junto a los locales —no cobró comisiones estratosféricas—, pero participó en la venta de entradas y obtuvo ganancias directas. No por nada, los precios de los boletos en la ciudad de Florida estuvieron carísimos.

Este año veremos “el gran paso” con la llegada de la F1 a Las Vegas: también actuará como promotora y hasta compraron un terreno por 240 millones de dólares para el *Paddock* y otras infraestructuras.

Mismo efecto que en Miami: los precios de las entradas están por las nubes (2,500 dólares) y los hoteles elevaron los precios de sus cuartos a niveles nunca antes vistos.

BIENVENIDOS A LA F1 MILLONARIA

La mejor conclusión nos la da Motor Sport, el sitio web español especializado en automovilismo:

“Es posible que el modelo utilizado en Miami y Las Vegas sea el futuro para hacer crecer aún más el negocio. Una cosa está clara: a esos precios se alcanzarán ingresos muy superiores a los 100 millones de dólares, pero circuitos míticos como *Hockenheim* (GP de Alemania), que pagan una cantidad de dos dígitos en millones por albergar un evento, simplemente no podrán seguir el ritmo. Y como ese, otras pistas históricas”.

Al parecer, a *Liberty Media* no le importa. Bienvenidos a la era de la Fórmula 1 millonaria (y más estadounidense que nunca). ○

A TODO ESTO: ¿QUÉ ES EL



**UNA MIRADA SOCIOLÓGICA A LO QUE
ESTÁ EN LAS PAREDES DE NUESTRAS
CIUDADES. ¿SIGUE TENIENDO EL
GRAFFITI FUNCIÓN DE DENUNCIA?**

**POR: FERNANDO MATEOS.
PROFESOR TITULAR DEL CENTRO ROBERTO GARZA SADA.
UDEM.**

Primero, lo que todos sabemos: el *graffiti* es un fenómeno social, tradicionalmente ligado al pronunciamiento en espacios públicos, sin permiso y a través de pintas, de mensajes que suelen convertirse en una forma de denuncia o reto hacia el sistema. El espíritu transgresor es parte de su naturaleza y entender su práctica requiere de una revisión de sus orígenes, características, motivaciones de los grupos que lo practican, así como de los distintos tipos de pintas que existen y la función de las mismas.

Ahora, a lo menos obvio: etimológicamente, el término proviene del verbo latín *grabare*, que a su vez deriva del griego *grapho*, que significa “grabar” o “escribir”. Su origen se remonta a vestigios de inscripciones en la antigua Roma creadas “de manera espontánea”, con intención crítica o satírica. La ilegalidad, el soporte (normalmente muros) y las herramientas (aerosol o marcadores) son característicos de la actividad.

Las pintas se convierten en el medio elegido por muchos grupos sociales relegados por la sociedad,

entre los que destacan las pandillas, quienes miran en esta práctica una manera de aliarse ideológicamente y de gritar por este medio “aquí estoy”. De acuerdo con el Proyecto de evaluación final de la de licenciatura en Diseño Gráfico de la UDEM (PEF) de Wheelock, García y Fuentes (2020), el *graffiti* sirve muchas veces como “un medio de expresión de agresión, recreación, clandestinidad y una forma de establecer subversión a un orden establecido. Se puede reconocer como un método de rebelión por parte de un grupo en búsqueda de algo que le otorgue la pertenencia y el valor que se les niega por parte de un sistema.”

El pasado del *graffiti* y su relación con las pandillas se remonta a los pachucos que surgieron en los años veinte, luego a los chicanos de los años sesenta y continuaron con los cholos de inicios de los setenta. Es justamente el llamado “*graffiti* cholo” del este de Los Ángeles, aquel en el que jóvenes que boleaban zapatos marcaban su territorio para defender su negocio escribiendo en las paredes lo que en la actualidad se denomina como *tags*. Estos años serían los previos a la invención de la pintura en aerosol, años en los que, en su lugar, se usarían brochas y pintura.

En cuanto al término, y citando a Pablo Romo en un artículo de *La Jornada* de 2018, “en ese entonces no se le llamaba *graffiti*, se le conocía solo como cultura chola o chicana. Fue hasta los años setenta que la prensa describió este fenómeno en los trenes de Nueva York; desde entonces, todo lo que fuera escritura en paredes empezó a ser llamado *graffiti*”.

Las pintas del muro de Berlín gozaron de gran reconocimiento, al convertirse incluso en un *spot* obligado para los turistas y el cual es considerado por muchos como arte. El muro, construido en 1961 para separar Berlín del este y Berlín del oeste durante la Guerra Fría, se volvió el lugar perfecto para expresar opiniones, especialmente sobre preferencias y disgustos por medio del *graffiti*. El lado del muro de Berlín Oeste tenía *graffitis* que cubrían completamente el muro, mientras que el lado de Berlín Este se mantuvo intacto.



Aunque sin intenciones artísticas, es destacable también el papel que las pintas adquirieron con motivo de las marchas feministas en los últimos años en México, donde los *graffitis* del 8M en monumentos y edificios, tanto públicos como privados, dejaron testimonio de reclamos por temas como la inseguridad y la violencia hacia la mujer. Ahí criticaban el papel del gobierno y la responsabilidad del patriarcado por medio de múltiples mensajes que se convirtieron en visibles intervenciones a los bienes inmuebles por parte de los grupos manifestantes.



Habrà que señalar también la polarización de las opiniones con respecto al *graffiti* como fenómeno que algunos entenderán como bien cultural y otros como vandalismo, y es que la cultura grafitera lleva consigo estigma y connotaciones tradicionalmente negativas de delincuencia.

No son pocos los artistas del *graffiti* que, como Banksy o KAWS (Brian Donnelly) en la escena internacional y Buster Duque en la local, han explorado y destacado su función plástica. En dicho sentido, este último comenta que “un buen *graffiti* conlleva legibilidad, estética, diseño, limpieza, relleno, delineado, gama de color y estilo”. Para él, esta disciplina se convirtió en todo un estilo de vida, ya que se vuelve un asunto formal una vez que acudes a pintar murales o decoraciones a escuelas, antros, hoteles, restaurantes, etcétera.

En contrapunto, existen opiniones como las del grafitero local Josafat Reyna: “La esencia del *graffiti* es que sea ilegal, que estés arriesgándote, porque al final el *graffiti* es una manera de protestar, un tipo de inconformidad, es cómo proyectas tu identidad en la ciudad”. Y añade: “Lo que hicieron las empresas fue aprovecharse de estas situaciones (...), pues trabajan con artistas como Banksy, que son grafiteros, supuestamente ilegales y en contra del capitalismo, pero al final se alimentan del mismo sistema”.



Sin embargo, y para entender el fenómeno, es necesario entender sus posibilidades y ramificaciones. No todo el *graffiti* es efectuado por pandilleros ni necesariamente al margen de la ley. El *graffiti* se puede trabajar con matices estéticos de arte y diseño (*street art* o *art graffiti*), como vandalismo e infrincimiento de la ley (*graffiti* vandálico), expresión política de resistencia y liberación, como producto comercializable, e incluso como latrinalia, término que designa al *graffiti* poco elaborado, grosero y por lo general de baja ralea que predomina en baños públicos y espacios de tránsito, como puertas, ascensores, trenes, etc. No es posible encasillar el *graffiti* en una sola definición, pero sí existen categorías establecidas con sus respectivas características.

De acuerdo con el libro *Spray on Walls: Urban Adventure of Graffiti Art* (2017), el *graffiti* se puede dividir en categorías y subcategorías.

- ▶ **Throw Ups** (Vómitos o potas), que se hacen rápidamente en letras “pompa” o estilo burbuja.
- ▶ **El realístico**, en cuya intervención se alcanza un efecto de ilustración muy cercano a la realidad.
- ▶ **La caricatura**, que es un estilo donde se exageran las características del sujeto, haciendo uso de líneas limpias

para crear personajes llenos de humor y personalidad.

- ▶ **El dibujo abstracto**, donde se abandona la realidad, creando una pieza mediante un lenguaje visual que parte de algunos elementos reales, pero que se convierte en algo totalmente nuevo al apoyarse en formas, colores y líneas.
- ▶ **El 3D** o el dibujo tridimensional, cuya visualización

depende de la posición del espectador, quien requiere de conocimiento de sombreado y luz, y un buen ojo para jugar con perspectivas.

- ▶ **El stencil**, que es un método rápido y efectivo que resulta en piezas visualmente más complejas, donde se usa aerosol y una o varias plantillas recortadas para generar una imagen o un gráfico con

mayor contenido visual en pocos minutos.

- ▶ **El graffiti ecológico**, que es una forma de arte que remueve tierra, polvo, suciedad, resanador y concreto de superficies urbanas para crear imágenes mediante el contraste de luz y sombra sin requerir aerosol, pintura o químicos. ○

LOS SUEÑOS



SEGÚN
LA MEDICINA,
LA PSICOLOGÍA
Y EL ARTE

¿QUÉ PASA EN NUESTRO CUERPO CUANDO DORMIMOS? ¿LOS SUEÑOS PUEDEN INTERPRETARSE? ¿TIENEN UN SIGNIFICADO? ¿PODEMOS CREAR ARTE A PARTIR DE ELLOS?

POR: BRENDA MUÑOZ MUÑOZ

A dentrarnos en este tema podría llevarnos horas y horas y horas... y no estamos exagerando, porque tiene la particularidad de que puede abordarse desde diferentes ángulos y disciplinas. Por ejemplo, no es lo mismo hablar sobre el sueño desde el punto de vista médico que desde el de las artes. Por lo mismo, nos dimos a la tarea de entrevistar a tres expertos en diversas disciplinas que nos pueden esclarecer los puntos que nos causan más intriga.

IMÁGENES: SHUTTERSTOCK



LA Medicina

DR. RICARDO M. AGUIRRE VELÁZQUEZ,
médico psiquiatra y profesor de psiquiatría de la
Escuela de Medicina, UDEM.

¿CUÁL ES LA DEFINICIÓN MÉDICA DEL SUEÑO?

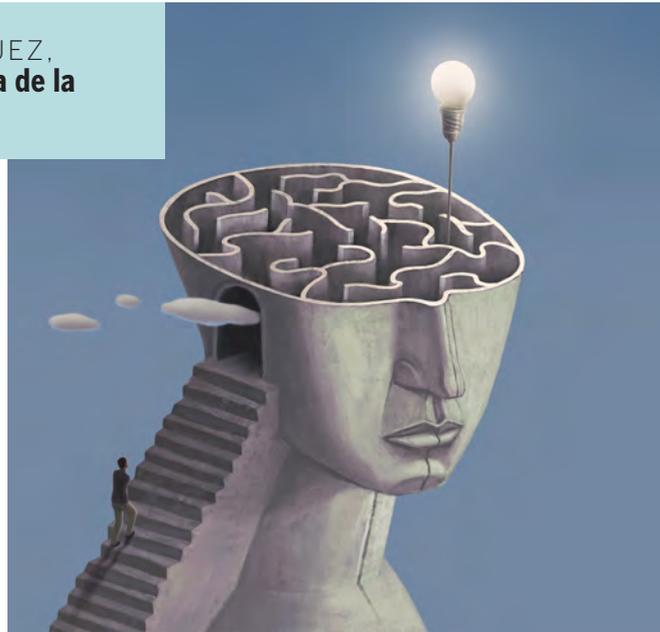
El sueño (del latín *somnum*) es un proceso fisiológico, heterogéneo, activo y rítmico, descrito por algunos autores como un estado de inconsciencia, del cual se puede despertar por estimulación sensorial, y aparece en alternancia al estado de vigilia en periodos de 24 horas (Acta méd. peruana v.26 n.1 Lima ene./mar. 2009.), durante el cual suceden cambios fisiológicos necesarios para el buen funcionamiento del sistema nervioso central y del organismo en general.

¿CUÁL ES LA IMPORTANCIA DEL SUEÑO?

El sueño representa la tercera parte de nuestra vida y el cumplimiento de sus etapas contribuye al equilibrio térmico del organismo, el mantenimiento de la energía, las funciones cognitivas, la consolidación de la memoria, la plasticidad sináptica, el almacenamiento de información, el estado de ánimo, los ciclos circadianos de la secreción de hormonas como el cortisol, la restauración del sistema inmune. Un estado prolongado de supresión del sueño puede llevar hasta la muerte.

¿QUÉ PASA EN EL CUERPO CUANDO DORMIMOS?

Aparte de los cambios mencionados en las etapas del sueño, nuestro sistema musculoesquelético se relaja y hay una inhibición motora que propicia la recuperación muscular. Dicha inhibición no afecta los músculos respiratorios y tiene como objetivo que no se actúen las vivencias de los sueños. Por otro lado, dormir propicia la secreción de la hormona del crecimiento y de la prolactina y disminuye la de la hormona estimulante de la tiroides, de la adrenocorticotropina y del cortisol que, dicho sea de paso, se



le conoce como la hormona del estrés; estos cambios hormonales reducen el metabolismo basal y la frecuencia cardíaca.

MÉDICAMENTE HABLANDO, ¿LOS SUEÑOS TIENEN ALGÚN SIGNIFICADO?

El tema de los sueños y sus contenidos ha sido abordado por la magia, la religión, la filosofía, la psicología, la ciencia, la literatura y el arte, pero es el psicoanálisis el que los trata como una vía regia de acceder al inconsciente del ser humano. Desde esta perspectiva los sueños tienen un sentido y un significado para el soñante; su interpretación es parte de las estrategias terapéuticas del psicoanálisis y siempre, con la adecuada guía del psicoanalista, la interpretación de un sueño se genera desde la propia mente del soñante.

¿CUÁL ES LA RELACIÓN ENTRE SUEÑO Y SALUD?

Como muchas otras funciones del organismo, el sueño es primordial para la salud. Es el encargado de

mantener la homeostasis y el equilibrio hormonal, de favorecer la administración de la energía del organismo y la inmunidad, y también de integrar las funciones cognitivas.

¿POR QUÉ SE DESARROLLAN LOS TRASTORNOS DEL SUEÑO?

En términos generales podemos decir que los trastornos del sueño pueden ser primarios, o enfermedades propias del sueño, o secundarios cuando son el resultado de algún proceso médico o psicopatológico. Son muchos los factores que alteran el sueño, por ejemplo: cambios de hábitos, efecto de medicamentos o drogas, trastornos endocrinos o metabólicos, y no se diga propiamente enfermedades neurológicas y psiquiátricas. Así que cualquier cambio en la cantidad de horas de sueño o en la calidad de este nos obliga a hacer una anamnesis muy completa del paciente para conocer cuáles son las causas en particular.

¿CÓMO SABER SI SE SUFRE DE ALGÚN TRASTORNO DEL SUEÑO?

Los trastornos del sueño se manifiestan en la cantidad de horas de sueño, que suelen ser ocho, y en su calidad, que se refiere a la sensación subjetiva de descanso y sueño reparador. Para identificar un trastorno del sueño podemos hacer que el paciente elabore un diario del sueño; en él pedimos que registre día con día, al menos por dos semanas, sus horarios de sueño, cuánto tarda en quedarse dormido, si tiene despertares durante la noche, cuántas horas duerme, si su sueño es reparador, si despierta con algún síntoma en especial como dolor de cabeza o muscular, si ronca, si tiene somnolencia durante el día y cuál es su rendimiento en actividades. En caso de sospechar trastornos del sueño como ronquido, apneas del sueño, somnolencia diurna, el estudio polisomnográfico podría ser de ayuda para el diagnóstico adecuado y, en consecuencia, el tratamiento correcto. ▶



LA Psicología

DRA. HADA SORIA ESCALANTE,
psicóloga y profesora en la Escuela
de Psicología, UDEM.

¿CUÁL ES LA DEFINICIÓN PSICOLÓGICA DEL SUEÑO?

Hay muchas definiciones que responden, en su mayor parte, a alguna corriente psicológica específica. Desde la que yo trabajo, que es el psicoanálisis, el sueño es ante todo la manifestación más directa de lo inconsciente, que pueden ser nuestros deseos, temores, angustias, que toman una figuración que quizá venza parcialmente las barreras de la censura y, por tanto, podría ser susceptible de interpretación.

¿CUÁL ES LA FUNCIÓN PSICOLÓGICA DEL SUEÑO? ¿EN QUÉ NOS AYUDA O NOS PERJUDICA?

El sueño es la figuración de material inconsciente en dos formas: manifiesta y latente. Manifiesta en las formas e historias que se organizan en el sueño, y latente en su acercamiento más íntimo con lo no conocido pero susceptible de conocerse.

PSICOLÓGICAMENTE HABLANDO, ¿LOS SUEÑOS TIENEN ALGÚN SIGNIFICADO? ¿SON LA VOZ DEL INCONSCIENTE?

Los sueños no tienen un significado, pero significan. Esto quiere decir que son configuraciones simbólicas de lo inconsciente, de manera que son la representación de algo muy verdadero en el sujeto, pero eso verdadero no es un significado fijo, sino que lo que significan va tomando forma a partir de lo que el sujeto habla y puede asociar a partir de ese sueño en específico. Por tanto, es importante lo que soñamos, pero más importante cómo lo contamos, cómo se relata y qué me hace pensar en función del resto de mi historia muy particular.



¿SE PUEDEN INTERPRETAR LOS SUEÑOS? ¿DE QUÉ FORMA? ¿Y PARA QUÉ, EXACTAMENTE, NOS SIRVE INTERPRETARLOS?

Sí, los sueños son interpretables. Sin embargo, eso no significa que un elemento del sueño tiene un significado fijo. Es un error, por ejemplo, pensar que existe un "diccionario de sueños", en el que se dice que si sueño con una casa, significa seguridad, o cosas por el estilo. Eso es equivocado y de hecho va en contra de toda organización simbólica y subjetiva. Nada significa nada, hasta que el sujeto habla de lo soñado, de lo que le hace pensar, y con ayuda del psicoanalista, va asociando y haciendo sentido de elementos y formas de su sueño, en relación con sus deseos y su historia.

¿POR QUÉ TENEMOS SUEÑOS RECURRENTES? ¿QUÉ INDICA ESTO?

Esto no es fácil de contestar. En realidad, no hay una sola respuesta, porque existen muchas respuestas posibles. Alguien puede tener un sueño de angustia, que se repite en la medida en que expresa algo que intenta ser ligado de alguna manera al resto de la historia del sujeto, como si algo "insistiera". Pero también hay muchos otros sueños que no necesariamente son angustiantes o traumáticos y que tienen un carácter de repetición. Eso no se puede responder más que atendiendo caso por caso.

¿ESTÁN RELACIONADOS CON LA SALUD MENTAL O CON NUESTROS ESTADOS DE ÁNIMO?

Yo diría que más bien están ligados a nuestra historia, nuestra vida, nuestros deseos, temores, expectativas, angustias, etc. Es decir, lo que conforma nuestra vida.

¿ALGÚN DATO EXTRA QUE NOS QUIERA COMPARTIR SOBRE ESTE TEMA?

Me parece importante no caer en el error de pensar que un sueño es de sencilla interpretación, o que algo tiene un significado fijo y descontextualizado. Nada hace sentido hasta que se incorpora a la vida e historia particular del soñante.

EL Arte

MAESTRA MIHAELA LUMINITA
ABISORU,
historiadora, investigadora y profesora
de arte en la Escuela de Arte y Diseño,
UDEM.

EN EL ARTE, ¿CUÁL ES LA DEFINICIÓN DE SUEÑO?

Para tratar de contestar a esta pregunta sería pertinente empezar preguntándonos qué es el sueño. Hasta ahora, ni siquiera la ciencia nos ha dado una definición precisa de qué es; parece que el cuerpo entra en un estado de reposo para regenerarse y entonces la mente inicia un procedimiento no programado de elaboración o reelaboración de datos de manera aleatoria que se almacenan en la memoria y que, eventualmente, recordamos de manera total o parcial al momento de despertar. Además de la función reparativa o biológica del sueño que impacta directamente en la salud física y psíquica del individuo, hay otras funciones importantes del sueño como la cognitiva y la afectiva. Dicho esto, no tenemos una definición precisa del



sueño en el arte; sin embargo, el sueño ha sido fundamental para la creación artística y se han vinculado a través de las dimensiones antes mencionadas.

¿EXISTE UN VÍNCULO ENTRE EL ARTE Y LOS SUEÑOS? ¿CUÁL ES?

El sueño ha sido usado como vehículo desde tiempos ancestrales para explicar todo aquello que no tenía una correspondencia lógica y directa con la realidad inmediata, para comunicar con seres superiores o con el más allá. La función del arte en sus inicios fue mágico-religiosa y tuvo como motor, en muchas ocasiones, los sueños. Para los chamanes y primeros sacerdotes, las imágenes fueron a la vez el instrumento a través del cual los sueños se materializan y a través de las cuales pudieron persuadir y conseguir adhesión por parte de las multitudes. Las imágenes eran garantes de los sueños. En la epopeya de Gilgamesh, la primera obra literaria conocida en la historia de la humanidad, todo

transcurre a partir de los sueños; en el Antiguo Testamento, Dios se manifiesta mediante sueños; en la obra de los escritores griegos antiguos, el sueño es un instrumento que conecta a sus protagonistas en distintas dimensiones supraterráneas o en el inframundo.

Al inicio del siglo XX, Freud publicó *La interpretación de los sueños*. Ahí asignaba a los sueños un papel primordial en el conocimiento de lo inconsciente. A partir de este momento no solo la psicología y el psicoanálisis conocerán un desarrollo sin precedentes, sino que los artistas se apropian de los sueños para crear de manera consciente. Una de las corrientes artísticas que han usado el sueño como

herramienta principal de creación ha sido la corriente de vanguardia, surrealismo, en la tercera década del siglo XX. A pesar de los diversos giros que ha tomado el arte en el siglo XX y al inicio del siglo XXI, el sueño nunca dejó de ser un tema inquietante y a la vez un detonador de creatividad en el arte.

¿ES POSIBLE REALIZAR ARTE A PARTIR DE LOS SUEÑOS?

André Breton, autor de *Manifiesto del surrealismo*, pretendía expandir la consciencia y provocar la fusión del sueño y de la realidad en una especie de realidad absoluta, en una especie de superrealidad. Muchos artistas han plasmado sus creaciones a través de los sueños y, en la actualidad, se han desarrollado técnicas con fundamentos científicos, como la oniro-navegación que enseña a toda aquella persona que desea potenciar su creatividad, a tener sueños lúcidos. La diferencia entre los artistas del pasado y

los de hoy creo que reside en que, en el pasado, los sueños eran considerados mensajes divinos o cayán en el ámbito de la superstición, mientras que hoy trabajan desde un lugar más cercano a la ciencia, conscientes y de manera sistemática, desde poseer una bitácora, inducir los sueños o someterse a sesiones de psicoanálisis para entender las fuentes propias de creación y potenciarlas.

¿CUÁLES SON LAS CORRIENTES ARTÍSTICAS QUE TIENEN COMO TEMÁTICA LOS SUEÑOS Y EL INCONSCIENTE?

En todas las épocas, en todas las culturas, no solamente en la occidental, también en las culturas del Oriente Medio, de Asia o de África, los sueños han sido fundamentales en la creación artística. Y cuando digo artística no me refiero solamente a las artes plásticas o visuales, sino a todas las artes: música, teatro, literatura etc. Pero para contestar a tu pregunta, en la modernidad sí hubo algunas corrientes, como el romanticismo, incluyendo sus vertientes como el purismo nazareno o el prerrafaelismo; el simbolismo, tangencialmente en el modernismo, y bueno, algunas vanguardias históricas del inicio del siglo XX, pero cuyos fundamentos residían en el cuestionamiento de la realidad a partir de las diferentes teorías científicas como la filosofía de Bergson, la teoría de la relatividad de Einstein, y como ya mencioné, la teoría psicoanalítica de Freud.

El surrealismo pictórico, independientemente de su vertiente naturalista o biomórfica, recurrió al inconsciente a través de los sueños para liberar la mente de cualquier atadura de racionalidad. En la escritura se manifestó mediante el automatismo, en parte heredado del dadaísmo. Fue una producción que pretendía escandalizar a la sociedad burguesa que consideraba anquilosada en los patrones de la moral decimonónica.

¿QUIÉNES SON LOS ARTISTAS MÁS DESTACADOS QUE REPRODUCEN OBRAS A PARTIR DE SUEÑOS?

Para seguir en la misma línea con lo anterior mencionado, para el romanticismo no puede faltar Johann Heinrich Füssli en la lista. En el expresionismo alemán diría que es imprescindible conocer a Ernst Ludwig Kirchner y Emil Nolde. Obviamente a sus predecesores como Edvard Munch o James Ensor.

Para el expresionismo abstracto, a Jackson Pollock y Lee Krasner, Rothko o De Kooning. Predecesores del surrealismo con importantísimos trabajos sobre el sueño son Henri Rousseau y Giorgio de Chirico. Dentro de la corriente europea Salvador Dalí, René Magritte, Max Ernst, Joan Miró y no olvidar a las artistas que, además se han vuelto emblema mexicano, Leonora Carrington, Remedios Varo y Frida Kahlo.

En cuanto a la fotografía, es obligatorio mencionar a Man Ray, László Moholy-Nagy y Philippe Halsman. En la literatura, los máximos exponentes fueron André Breton y Antonin Artaud. Hubo algunas aproximaciones surrealistas también en la música, y ahora que menciono la música, me viene a la mente el cine con nombres tan sonoros como la cineasta francesa Germaine Dulac, el español Luis Buñuel y el también francés Jean Cocteau. o



You don't need planning permission to build castles in

the
sky.

-Banksy

FOTO: SHUTTERSTOCK



$$3 \times (2^3 + 3^2) - (2 \times 3)^{3-2} + 3 + 2 = ?$$





LA SUSTENTABILIDAD TIENE APELLIDO: ECONOMÍA CIRCULAR



Una breve guía ilustrada sobre cómo podemos ser más amigables con el medio ambiente y con nuestra comunidad a través de la palabra de moda.

POR: IRMA E. PEÑÚNURI GARCÍA. DIRECTORA DE PROGRAMA ACADÉMICO DE LA LICENCIATURA EN DISEÑO INDUSTRIAL. UDEM.



La escuchamos a cada rato, pero ¿qué es la economía circular? Se trata de un modelo de desarrollo económico que se basa en tres principios:

- 1. Eliminar** o disminuir los residuos a través de la prevención de contaminación.
- 2. Mantener** los productos y materiales en uso durante el mayor tiempo de vida posible.
- 3. Regenerar** o mitigar el impacto en los sistemas naturales.

Quando nos referimos a economía circular no hablamos solo de reciclaje, también de distintas estrategias para lograr la circularidad:



Particularmente en el tema de los residuos sólidos, estos pueden tener escenarios circulares a través de estrategias que buscan:



- › Reutilización
- › Reciclaje



O mediante escenarios de valorización como:

- › Reciclaje orgánico
- › Reciclaje energético

Sin embargo, cada material tiene sus planes de manejo y deberán impulsarse los esfuerzos necesarios para articular a todos los actores en la cadena de valor para su aprovechamiento.

En la economía circular se busca el enfoque sistémico de ciclo de vida, que considere las etapas de obtención de materia prima, producción, distribución, consumo/uso y escenarios de revalorización en su fin de vida para lograr ciclos cerrados y reaprovechamiento de los materiales y/o productos.



PLÁSTICO: ¿EL ENEMIGO A ERRADICAR?

Más que una prohibición o una problemática, el plástico representa un “sistema roto” y un área de oportunidad para analizar el sistema desde un enfoque de ciclo de vida, que permita articular la producción y el consumo, y que los flujos de materiales y productos sean aprovechados durante toda la cadena de valor.

En 2022, en el *World Economic Forum* se presentó el *Global Risk Report*, documento que analiza los riesgos globales, y entre ellos se destacan tendencias como “la crisis de salud” provocada por la pandemia del COVID-19 y la “emergencia climática”. Estos riesgos, según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), revirtieron el avance que existía previo al coronavirus en algunas acciones y esfuerzos, como el avance en la reducción del plástico de un solo uso (desechables), que son acciones cuyo propósito es lograr la circularidad y alcanzar las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.

Por desgracia, el periodo de la pandemia aumentó los desechos plásticos de un solo uso equivalente a la contribución del 3.4 % de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero (GEI).

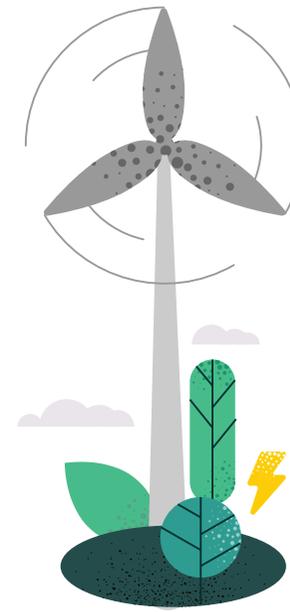
Algunas oportunidades con la economía circular de los plásticos son:

- › **Crear** una legislación, estrategias y planes de gestión de residuos.
- › **Implementar** la recogida selectiva y la tecnología para su separación.
- › **Articular** la cadena de valor (desde el productor, consumidor y gestor, hasta el reciclador final).
- › **Generar**, a través de prevención y optimización mediante ecodiseño e innovación, productos con un enfoque de circularidad.
- › **Investigar** y desarrollar nuevos materiales (con mayores porcentajes de reciclados posconsumo o de origen no fósil, como los bioplásticos, o que puedan ser reciclados orgánicos, como los biodegradables o compostables).
- › **Educar** al consumidor y productor, tecnología.
- › **Crear** sistemas de identificación y ecoetiquetados.

ECONOMÍA LINEAL VS CIRCULAR: EL DEBATE

La economía lineal está basada en la gestión del residuo, es decir, ya realizadas las actividades económicas y de transformación. Sin embargo, con los números e índices actuales de circularidad, no es suficiente.

Entonces, la economía circular pretende desde el inicio optimizar los recursos y materiales, así como prevenir el residuo desde el enfoque de ciclo de vida sistémico, y esto lo hace a través del rediseño o el llamado “ecodiseño”.



El ecodiseño crea los productos, empaques y servicios, involucrando a los actores en esa cadena de valor:

- › **Consumidor**
- › **Productor**
- › **Intermediarios**
- › **Materiales**
- › **Transporte**
- › **Comercialización y uso**

Hasta llegar a su fin de vida para lograr revalorizarlo ya sea a través de:

- › **Reutilización**
- › **Reacondicionamiento**
- › **Reciclaje**



El ecodiseño es clave en la economía circular, ya que desde la escala pequeña se logra articular la cadena de valor en su aprovechamiento. o



Centro ABRE UDEM: el esfuerzo de nuestra comunidad

En el Centro ABRE UDEM tenemos un laboratorio de circularidad de empaques donde, a través del ecodiseño, optimizamos cadenas de valor y reducimos o prevenimos impacto y emisiones de gases de efecto invernadero; además, utilizamos estrategias para optimizar, en esta visión sistémica, los productos y aplicar nuevos materiales como:

- BIODEGRADABLES
- BIOBASADO
- COMPOSTABLES

Proponemos escenarios de reutilización para favorecer la durabilidad de materiales y productos, para evitar residuos.



CONOCE MÁS



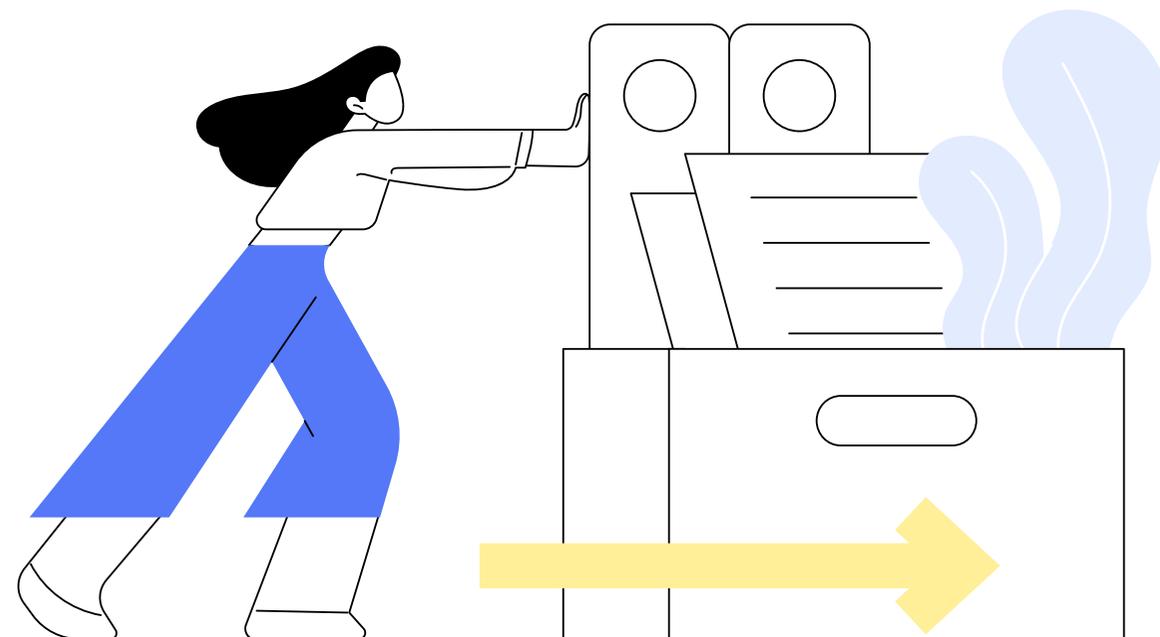
De aquí y de allá



¿LLEGARON PARA QUEDARSE? EL AUTOR ANALIZA A LOS **NÓMADAS DIGITALES**, UNO DE LOS FENÓMENOS DEMOGRÁFICOS MÁS LLAMATIVOS DE LOS ÚLTIMOS AÑOS.

POR: JUAN JOSÉ PACHUR PARÁS. EXAUDEM
(MAESTRÍA EN DESARROLLO ORGANIZACIONAL. '15)

Si viajáramos al pasado para contarles a empleadores y líderes de opinión que, en el futuro, buena parte de la fuerza laboral no tiene la necesidad de estar en un lugar fijo de trabajo, se reírían en nuestra cara y, en algunos casos, nos darían sermones sobre cómo eso no es posible.



La cultura del desarrollo organizacional nos preparó para esto, sustituyendo en muchos casos las “horas checadas” en la oficina por el establecimiento y cumplimiento de objetivos. Culturalmente fue un reto dejar de ver el reloj para empezar a ver los resultados —y lo es todavía para muchas empresas—. Confiábamos que, con el paso del tiempo, esto sería más aceptado, pero no esperábamos que la revolución nos empujara tan rápido a un siguiente nivel: los nómadas digitales.

¿QUIÉNES SON?

De manera práctica, son personas que tienen la posibilidad de trabajar de forma remota, con mínima restricción de horarios o locación, teniendo la libertad de estar donde ellos decidan sea su próximo destino.

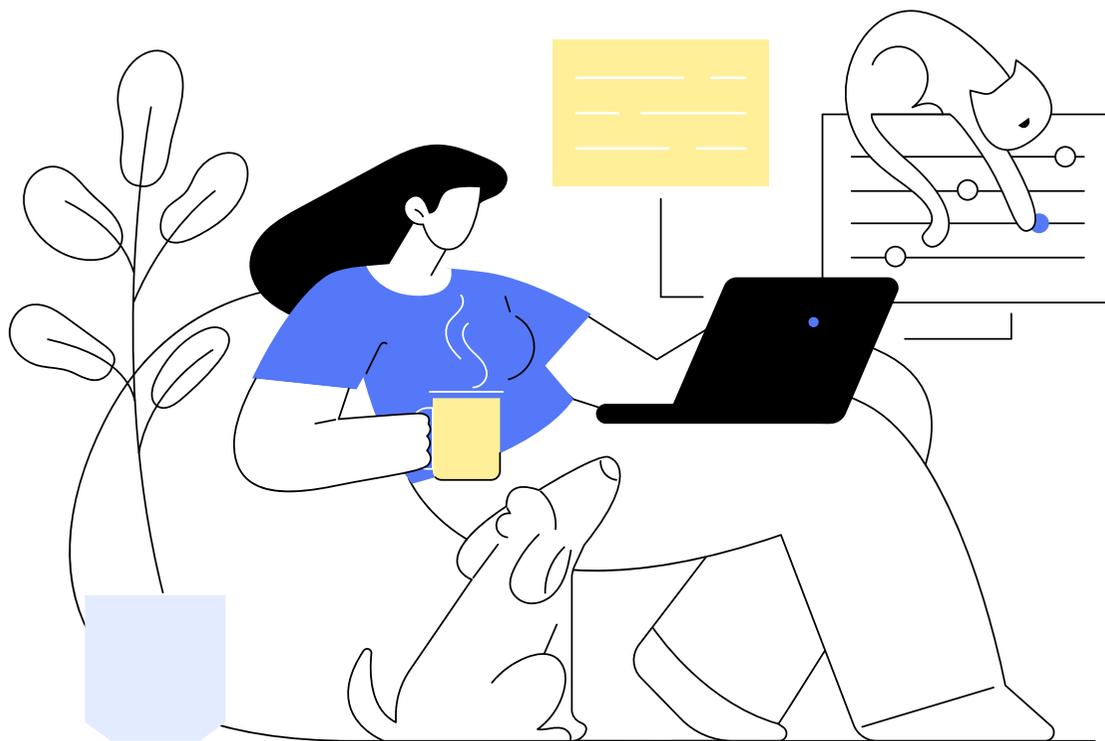
La tecnología avanzada y la conectividad global son las bases que sustentan el estilo de vida de los nómadas digitales. Con esta combinación se vive la pasión de explorar el mundo, mientras son acompañados de

su trabajo donde quiera que estén y, de ese modo, continuar con el sustento de su forma de vida.

En el mundo, el número de nómadas digitales va en aumento y la tendencia es que siga así. Statista, empresa de investigación de mercado, estima que en 2023 serán 1.87 mil millones a nivel mundial, lo que representa cerca del 25 % de la fuerza laboral global.

El crecimiento de la economía digital sustenta este nomadismo. El informe de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) proyecta que el comercio electrónico mundial alcanzará los 6.6 billones de dólares en el año 2023, un aumento significativo en comparación con los años anteriores. Esto brinda oportunidades para el trabajo de forma remota y sin fronteras geográficas.

Adicional a esto, las empresas están adoptando cada vez más los modelos de trabajo remoto y flexibles. Según la encuesta realizada por la empresa de reclutamiento Randstad, el 85 % de las compañías contempla



implementar políticas de trabajo flexible en el año 2023. Con esto, más personas podrán trabajar a distancia y tendrán la facilidad de convertirse en nómadas digitales.

ACOPLARSE AL SISTEMA

Con la pandemia, muchas empresas adoptaron el trabajo remoto con resultados positivos, lo que aumentó su aceptación y viabilidad. Además, el impacto emocional y mental del confinamiento llevó a muchas personas a replantearse sus prioridades, buscando una mayor libertad y flexibilidad en su estilo de vida.

Con el aumento de gente que trabaja de forma remota, el crecimiento de la economía digital y la proliferación generalizada del trabajo flexible, los nómadas digitales están redefiniendo el modo de laborar y vivir, mientras continúan su productividad y éxito en sus carreras.

Para las empresas, el reto está en aprovechar el talento de estas personas buscando perspectivas de administración distintas. Ya no solo es una buena idea tener KPIs para medir a los colaboradores... es la única vía. Adicional a esto, los paquetes de sueldo,

prestaciones y beneficios deben ser atractivos y de interés de las generaciones digitales, ya que hoy existen estrategias de compensación que pueden catalogarse como obsoletas o de no interés.

EL CASO MEXICANO: SOL, ARENA... Y COMPUTADORA

México, con su disfrutable cultura, bellos paisajes y constante mejora en sus servicios tecnológicos, es altamente apreciado como destino de esta tribu digital.

Según el INEGI, la Ciudad de México es el destino principal en nuestro país. Se estima que el 15 % de los nómadas digitales en México la elige aprovechando la oferta de espacios de *coworking* y su infraestructura tecnológica de vanguardia.

La Riviera Maya no se queda atrás: Playa del Carmen es la principal ciudad, con la elección del 10 % de los nómadas digitales en nuestro país. Esto es por la posibilidad de combinar la responsabilidad laboral con una calidad de vida rodeada de hermosas playas, clima tropical, actividades al aire libre y una vibrante comunidad internacional.

El Instituto Nacional del Emprendedor reconoce que Guadalajara, Monterrey y Oaxaca han ganado popularidad, ya que ofrecen una combinación única de historia, cultura y modernidad. En el caso de la capital de Jalisco, se estima que un 8 % de los nómadas digitales disfruta de su ecosistema tecnológico en desarrollo y el derroche de capital enfocado a *startups*.

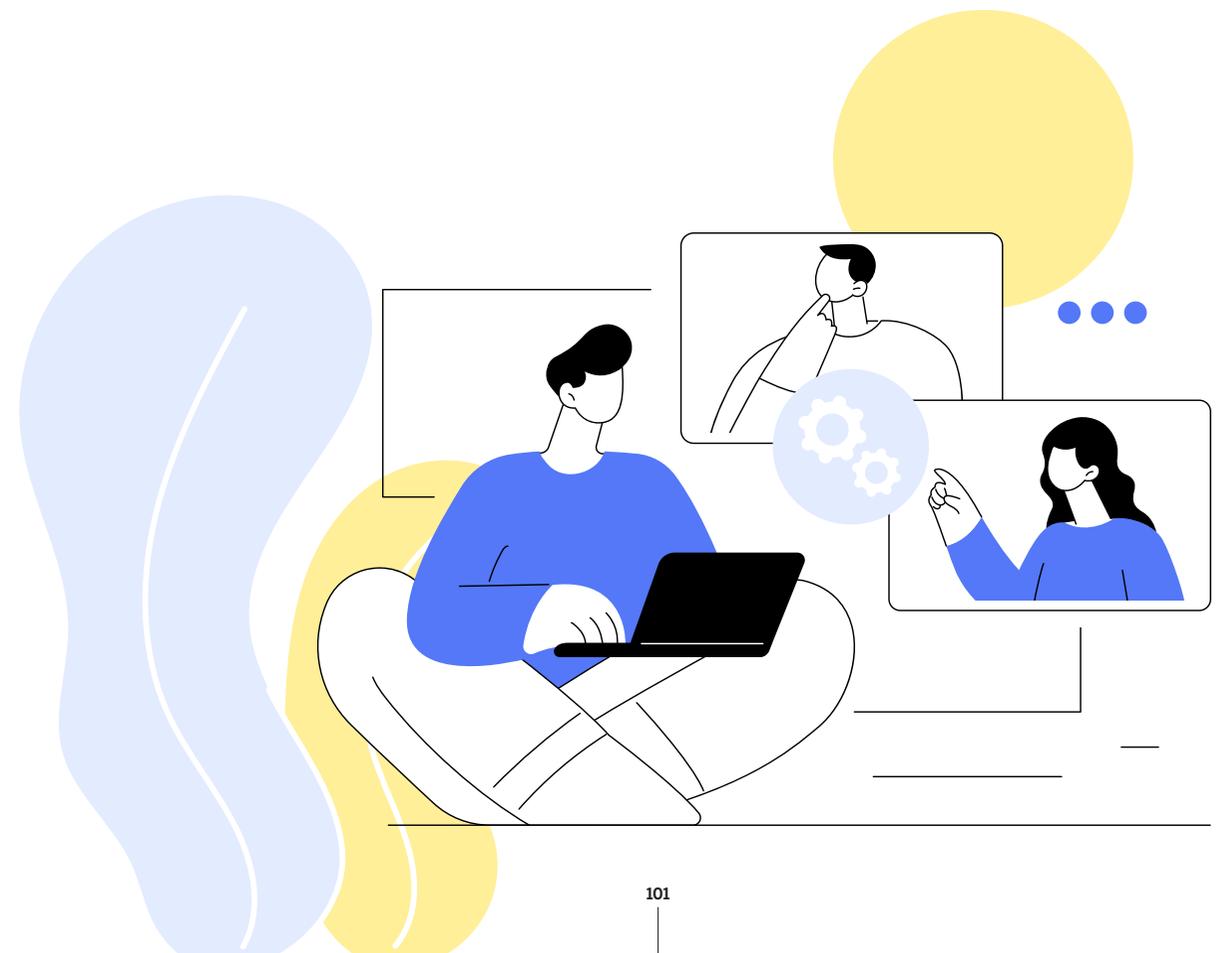
Según estimaciones del Banco de México, se espera que los nómadas digitales en el país alcancen un contundente 20 % de la fuerza laboral para finales de este año, coincidiendo con la tendencia global y reforzando su relevancia en la economía mexicana.

PERTENECER AL CLAN

Los nómadas digitales tienen diversas nacionalidades

y los mexicanos se hacen presentes en esta comunidad. Si bien las profesiones usuales para esta modalidad de vida están atadas a culturas de vanguardia tecnológica (desarrollo web, diseño gráfico, *marketing* digital, consultoría en línea y enseñanza en línea), esto no es limitante ya que la posibilidad de pertenecer o no a este clan se resume en utilizar las herramientas correctas y tener la "valentía" para darnos permiso de hacerlo y comprometernos a cumplir y exceder expectativas de una forma temporalmente inusual.

El futuro no tuvo que alcanzar a México; nuestro país desarrolló su crecimiento a la par de la evolución tecnológica global y nos convertimos en un lugar atractivo y viable para una fuerza laboral en crecimiento, de impacto y con alta plusvalía. o



EL MUNDO

C H I Q U I T O

La premisa era sencilla: honrar el arte en miniatura del artista japonés Tatsuya Tanaka, sin restricciones. La Comunidad UDEM respondió con estos bellísimos montajes.



“LA CASCARITA”
MELISSA VARGAS SEPÚLVEDA.
Estudia el 3.º semestre de la Licenciatura
en Diseño Gráfico. UDEM.



“GLOBO NACIENTE”
NICOLÁS GONZÁLEZ HERNÁNDEZ.
Estudia el 9.º semestre de la Licenciatura
en Diseño Gráfico. UDEM.





“EL QUE PIERDA INVITA LA BOTANA”

MARIANA LUNAGÓMEZ.

Estudia el 7.º semestre de la Licenciatura en Diseño Gráfico. UDEM.

Mariana decidió utilizar sus habilidades gráficas para su proyecto. El resultado es increíble.



“LA CRISIS DE AGUA QUE SUFRE NUEVO LEÓN”

ABRAHAM ESPINOSA.

Estudia el 5.º semestre de la Licenciatura en Diseño Gráfico. UDEM.

Para su proyecto, Abraham utilizó inteligencia artificial. Sí. Ambas imágenes fueron creadas con Midjourney V5.1 y con Prompt Engineering. De entre 200 imágenes generadas, estas fueron las elegidas.



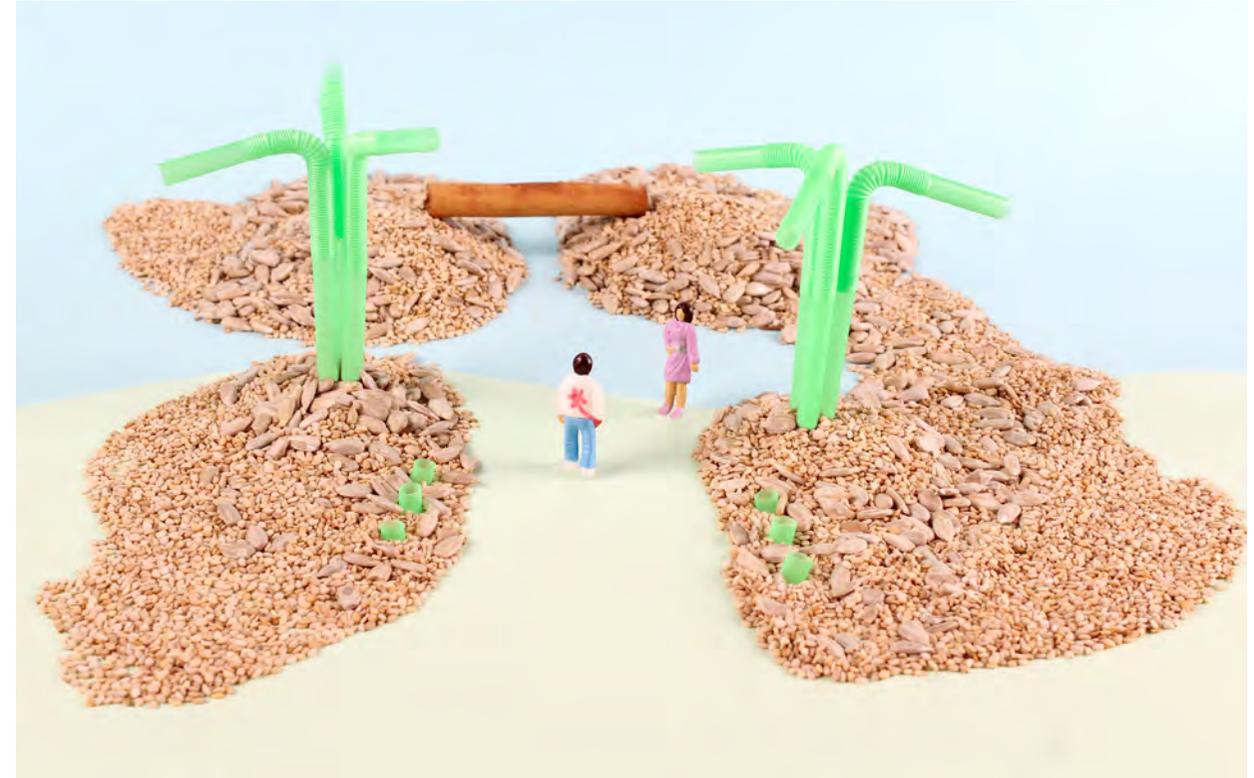
[Imagen 1]: A photograph of people team working to refill their buckets with water from a (huge plastic water bottle) by Tatsuya Tanaka. Miniature people. hyperrealism, highly detailed, macro photography, miniature art, surrealism, complex perspective, white background, clear background, trending on artstation, sharp focus, studio photo, intricate details, highly detailed, by Tatsuya Tanaka and Kurt Moses”.

[Imagen 2]: “A photograph of people struggling to climb a giant water bottle, by Tatsuya Tanaka. Miniature people. hyperrealism, highly detailed, macro photography, miniature art, surrealism, complex perspective, white background, clear background, trending on artstation, sharp focus, studio photo, intricate details, highly detailed, by Tatsuya Tanaka and Kurt Moses, surrealist diorama”.



"INVIERNO"

Mariana Sofía Roca García. Estudia el 7.º semestre de la Licenciatura en Diseño Gráfico. UDEM.



"FIRST DATE"

Lorena Montserrat Chávez Tijerina. Estudia el 7.º semestre de la Licenciatura en Diseño Gráfico. ○

¿Cuánto cuesta

ver a **ADELE**

en concierto?

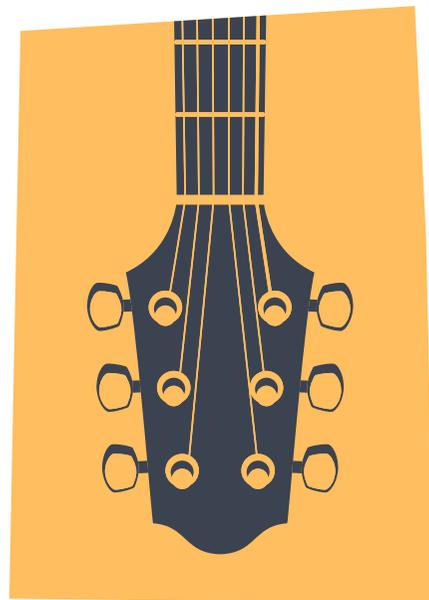
POR: PAULINA QUINTANILLA SÁENZ.
ESTUDIA 9° SEMESTRE DE LA
LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA
INTERNACIONAL. UDEM.

México es una de las principales referencias de conciertos, festivales y parques temáticos. Tras la pandemia, el sector de espectáculos ha crecido constantemente y esto se ve reflejado en las giras de artistas como Bad Bunny, Sam Smith, Harry Styles, Rosalía y muchos más.

Pero, por ejemplo, ¿cuánto cuesta ver a Adele en México y en otras ciudades? Los precios de los boletos de los conciertos pueden resultar modificados por diversos factores: alta oferta y demanda de los *tickets*, el presupuesto que se tiene, el valor del artista, el *venue* del evento y los altos costos para apartar a un artista por medio de *booking*. A continuación, se muestra un aproximado de lo que cuesta ver a Adele en cinco lugares distintos:

TABLA 1

El precio incrementa dependiendo de la región. En el caso mexicano se establece una suposición, pues Adele no se ha presentado en el país desde 2016 —se sabe que el costo promedio del boleto hoy en día incrementaría—. La cantante ha mantenido giras con precios más elevados y su público paga más por verla. Por otro lado, los conciertos en Las Vegas, realizados



 PRECIOS PROMEDIO CONCIERTOS ADELE	CIUDAD DE MÉXICO	(en pesos)
	\$4,588.00	
	LOS ÁNGELES	
	\$6,106.83	
	TORONTO	
\$7,353.87		
	NUEVA YORK	
\$8,179.12		
	LAS VEGAS	
\$9,169.42		

CIUDAD DE MÉXICO	 PRECIOS PROMEDIO BEBIDAS DOBLE
\$130	
TORONTO	
\$225	
LAS VEGAS	
\$275	
LOS ÁNGELES	
\$320	
NUEVA YORK	
\$385	

Precios en pesos

en el Caesars Palace, mantuvieron los precios más altos que ha tenido la artista en su trayectoria: el más caro fue de 672 dólares.

TABLA 2

Podemos ver que México (al igual que los boletos de conciertos) es el lugar donde más baratas están las bebidas dobles. La inflación juega un rol importante en cada destino, ya que se tienen diferentes niveles en cada uno de ellos. Asimismo, algunos *venues* son más elegantes y sofisticados, lo que hace que los precios aumenten considerablemente dependiendo de ello.

EL PROBLEMA DEL VENDEDOR

Con los años, Ticketmaster se ha convertido en parte fundamental de la industria del entretenimiento, y ahora se le acusa de ser un monopolio. Desde diciembre del 2022 se ha oído hablar mucho de esta empresa dedicada a la venta y distribución de boletos, ya que se le culpó de cometer presunto fraude en el concierto de Bad Bunny en México. En Estados Unidos sucedió algo similar con la gira *The Eras* de Taylor Swift: alrededor de 300 fans demandaron a la empresa por fijación de precios y violaciones antimonopolio. Esta demanda establece que cobró cifras elevadas intencionalmente y vendió boletos a revendedores. En estos casos, se ha visto cómo los artistas juegan un papel importante e incluso algunos se han pronunciado al respecto. Un ejemplo de ello es Taylor Swift, quien inculpó a la empresa por el colapso de venta de boletos para sus conciertos. Por estos motivos y muchos más, Ticketmaster se enfrenta a demandas colectivas desde el año pasado.

La industria del entretenimiento ha ido en aumento y hoy las personas están dispuestas a gastar mucho para ver a su artista favorito. Pero así como acceden a pagar los boletos, también se han vuelto más críticas con sus experiencias —buenas o malas—, haciéndolas virales para aplaudirlas o exigir que sean mejores. ○

LA IA como herramienta de creación

EXPLORANDO NUEVAS FRONTERAS EN LA CREACIÓN ARTÍSTICA Y VISUAL.

CARLOS DELGADO DE ROBLES VAN DIONANT.
PROFESOR DE DISEÑO GRÁFICO. UDEM.

La inteligencia artificial (IA) ha llegado ya a todas las casas y trabajos, revolucionando la forma en que se genera contenido en la actualidad. Gracias a su capacidad para procesar grandes cantidades de datos y aprender de ellos, la IA se ha convertido en una herramienta poderosa para la creación de contenido en diversos campos del mundo creativo.

En el mundo del diseño, programas de IA como Midjourney, Dreamer y Dalle-2 ayudan a crear diseños visuales y gráficos, generando combinaciones de colores y patrones basados en las preferencias del usuario. En la literatura, programas como ChatGPT o Jasper crean historias ofreciendo una fuente de inspiración para los escritores, corregir textos y adaptar sus escritos en función de las necesidades que tengan. En el ámbito de la música, por ejemplo, programas de IA como Whisper Memos, Soundful o Steno son capaces de generar composiciones musicales basadas en patrones y estilos previamente analizados, lo que permite a los compositores experimentar con nuevas melodías y arreglos.

Sin embargo, es importante destacar que la IA no reemplaza la creatividad humana, sino que la complementa. Los creativos todavía juegan un papel fundamental en el proceso, ya que son ellos quienes aportan la visión, el contexto y la emoción a sus obras.

La IA es una herramienta valiosa, capaz de potenciar la creatividad humana y abrir nuevas posibilidades en la generación de contenido, ofreciendo un enfoque innovador y fascinante en la era digital.

Los retos de que la IA produzca el contenido que nosotros queramos

La IA está diseñada para crear un material “bonito”, lo que hace que cualquier petición que le hagamos sea algo que nos guste, pero, ¿era realmente eso que queríamos? La IA trabaja a través de una descripción de necesidades que le damos. En un generador de imágenes como Midjourney, nosotros le describimos la escena y la complementamos con el estilo gráfico que nosotros queramos. Empezando por algo sencillo, como un astronauta en la playa (fig. 1), la herramienta te crea la imagen, en este caso con cuatro variantes, pero debemos tener en cuenta que la herramienta solo ha tomado la escena como algo literal; la pose, el lugar, la acción, la hora del día, el color, los elementos han sido elegidos por la herramienta. Incluso es capaz de añadir elementos extra que nosotros no habíamos descrito (fig 2). Entonces, el reto de esta nueva forma de crear a través de esta herramienta es adaptar nuestras ideas a un pensamiento claro y conciso para que sean entendibles por las máquinas. Aunque la IA puede procesar grandes cantidades de datos, es

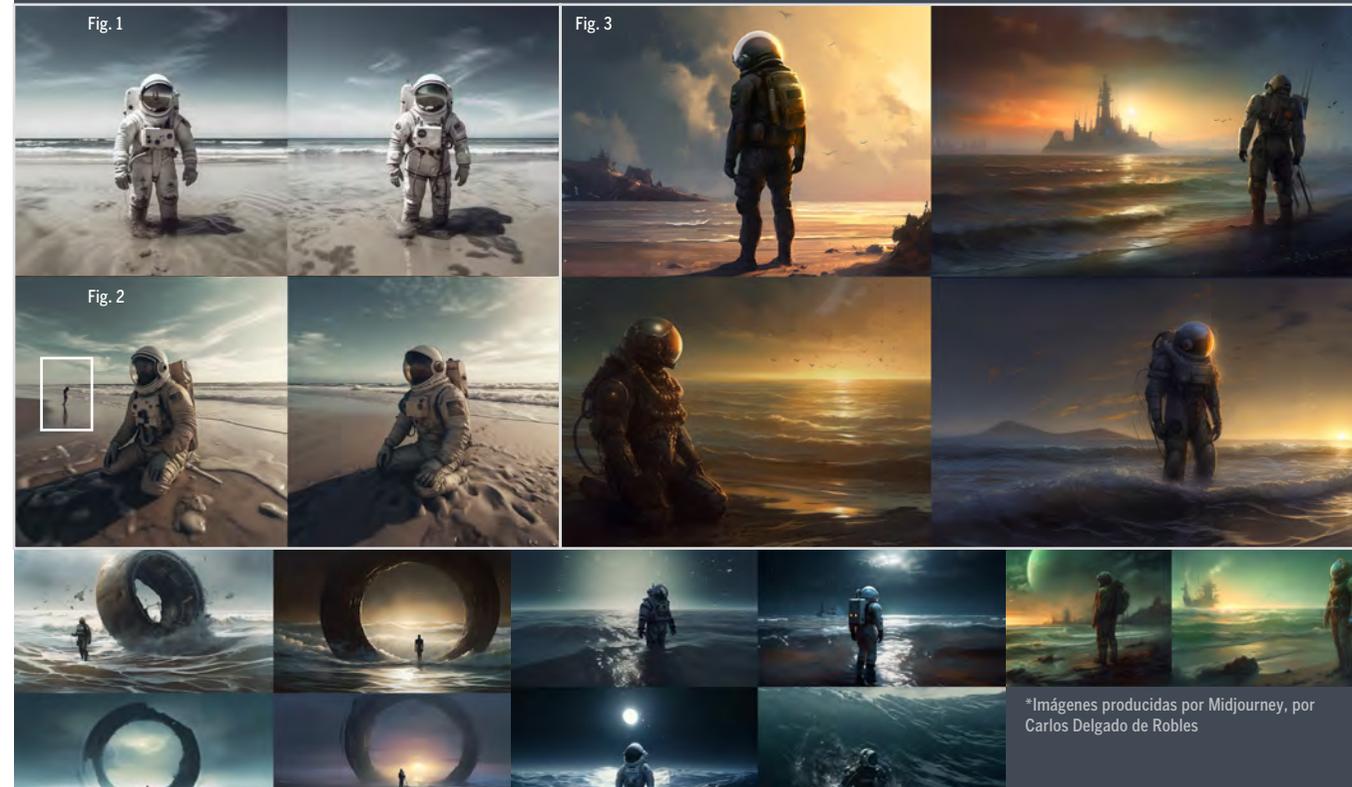
esencial presentar nuestras ideas de manera clara y estructurada para que la tecnología logre interpretarlas adecuadamente. Esto implica ser precisos en la comunicación de nuestras ideas y asegurarnos de que estén bien definidas antes de introducirlas en una herramienta de inteligencia artificial.

Una vez que tengamos claro el mensaje que le vamos a dar para la creación del contenido, en este caso una imagen, debemos saber el estilo gráfico o visual que queremos, ya que la herramienta podrá darnos estilos aleatorios que van con base en “su decisión”. Teniendo en cuenta que nosotros somos quienes usamos la herramienta para crear, es importante que le marquemos el estilo en función de las necesidades que tengamos, ya sea estilo gráfico, colores, apariencia, acabados, etc. Por ejemplo: un astronauta en la playa, el astronauta lleva un traje *cyberpunk* espacial, estilo neorromántico, estilos de Yoann Lossel y Aivazovsky sketch, *meta-physical painting*, *cgsociety*, fotografía hiperrealista, 8k, ar 16:9. Esta frase ha sido la generadora de las

imágenes de la figura 3. Es necesario que investiguemos estilos y acabados pues la IA analiza y aprende de una amplia variedad de obras de arte y estilos, lo que puede inspirarnos en la creación de nuestras propias obras. Conocer el trabajo de otros artistas nos permite ampliar nuestro horizonte creativo y encontrar nuevas formas de expresión en nuestro propio trabajo.

Por último, es importante ser críticos a la hora de crear imágenes utilizando la IA y saber que ese no es el último paso, ya que la mayoría de las veces debemos trabajar con el material que hemos creado, adaptándolo a nuestras necesidades y objetivos.

La tecnología puede ofrecer sugerencias o generar imágenes automáticamente, pero es importante evaluar y seleccionar cuidadosamente aquellas que se adaptan mejor a nuestra visión creativa. No debemos permitir que la tecnología dicte completamente nuestro proceso creativo, sino utilizarla como una herramienta que trabaje para nosotros y nos ayude a plasmar nuestra visión artística única. ●



*Imágenes producidas por Midjourney, por Carlos Delgado de Robles

INSTRUCCIONES PARA DISTRAERSE

(a través de una meditación en caminata)

Si nunca has hecho una meditación en caminata, te sugerimos encarecidamente que lo hagas. Aquí te presentamos un instructivo fácil de seguir. Primero, enfoca la atención en las piernas mientras caminas, y siente cómo los músculos de tus pantorrillas se aprietan y se sueltan. Ahora, pon atención en lo que ves, lo que escuchas, la sensación del aire que abraza tu cuerpo, lo que hueles y lo que tocas. Sé consciente de que tienes cuatro de tus sentidos activados y, después de un tiempo, comenzarás a jugar sin problema con ellos. Como un perro encerrado al que han sacado a dar un paseo muy necesario, tu mente empieza a desmoronarse y, finalmente, una esencia dulce, como la luz del sol, reemplaza la oscuridad y la agitación de la mente. Durante la meditación en caminata, nos distraemos deliberadamente con el entorno inmediato y nuestro lugar dentro de él. Un pétalo se mueve con el viento y lo miramos fijamente. Un perro ladra y nos recogemos las orejas. Tocamos una cerca para sentir su veta entrelazada. Usamos la distracción de nuestro mundo inmediato y la distracción de nuestro cuerpo moviéndose a través del espacio para tranquilizarnos, relajarnos y centrarnos. Verás que la distracción en sí no es el problema. ¿Es una ayuda o un obstáculo para nuestro día a día? ¿Nos distraemos con los sonidos de los mensajes que provienen de nuestro *smartphone* o computadora? ¿O nos distrae la inmediatez de nuestro mundo, los sonidos, las sensaciones y las personas que conocemos? Nuestras mentes, como niños pequeños que gritan, son rebeldes. Pueden ser caóticas y negativas. Aprender a controlar tus pensamientos es esencial para vivir una buena vida. La distracción, curiosamente, a veces es la respuesta. Necesitas distraerte, pero tienes que aprender a distraerte con las cosas que importan, las cosas que amas, de las que estás orgulloso, que hacen que valga la pena vivir tu vida. No dejes de caminar.

El camino de

ABURRIDO



PONERSE
UNA
META

CUMPLIRLA

un proceso

GRATIFICANTE

(y con mucho aprendizaje)



APRESURARSE

PONERSE
UNA META

FALLAR

ILUSTRACIONES: SHUTTERSTOCK



SUFRIR

SENTIRSE
PERDIDO.



CUMPLIR
LA META

PONERSE
DE PIE Y
MANOS A
LA OBRA
DE NUEVO



MI SER ES UNO

MISIONERO



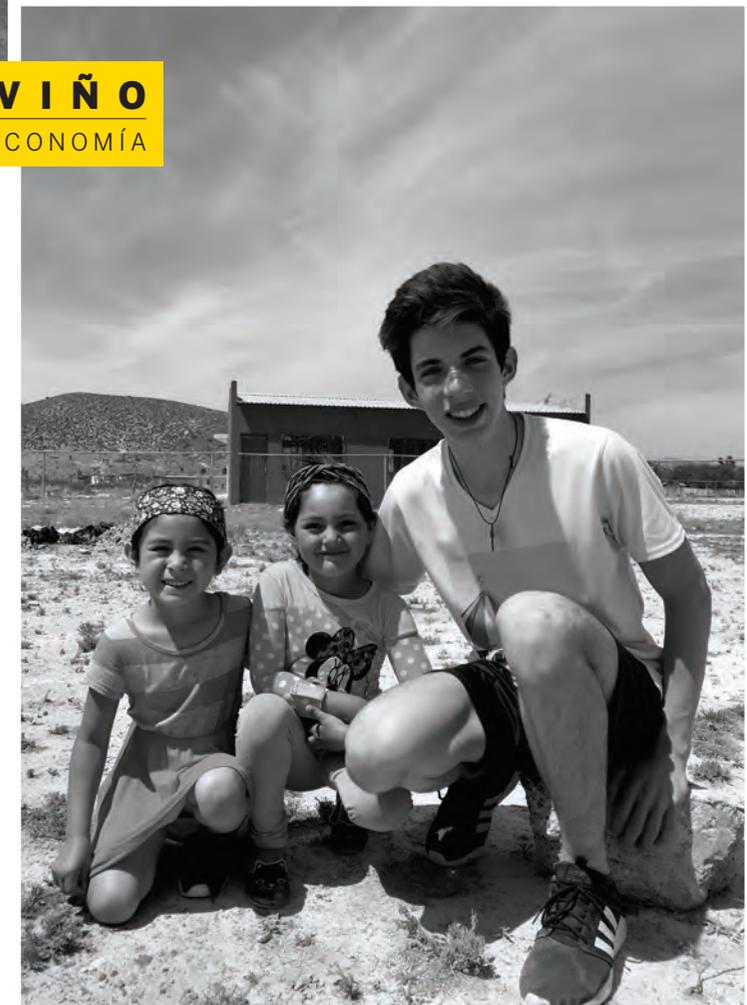
TEXTOS POR: ANDREA GORGONIA TREVIÑO PÉREZ,
REDACTORA INSTITUCIONAL

Ellos decidieron llevar su fe hasta nuevos senderos, recorrer diversas comunidades con sus valores e ideas, y compartir con más personas la experiencia y enseñanza de las misiones. Conoce a estos estudiantes misioneros de la UDEM que practicaron su espiritualidad al predicar con entusiasmo y devoción.



DANIEL TREVIÑO
21 AÑOS, ECONOMÍA

Al pasar la preparatoria y la universidad, este estudiante experimentó diversas misiones, lo cual fue un factor imprescindible para desarrollar su espiritualidad. La belleza en las cosas más pequeñas, el tiempo y el servicio a los demás se convirtieron en los aprendizajes más grandes que hoy lo consagran como un joven que vive en agradecimiento con los otros.



MARIANA CABALLERO

19 AÑOS, MÉDICO CIRUJANO Y PARTERO



Fue gracias a la UDEM que encontró una institución que respaldara sus conocimientos, pero también su vocación por compartir su fe a través de la misión. Al vivir esta experiencia, encontró en la sencillez de la vida y sus actos cotidianos, la magnitud de su fe para conectar con otras personas, con Dios y consigo misma.



CARLOS ARIAS

20 AÑOS, DERECHO

Con su experiencia en misión ha logrado desarrollar su espiritualidad al conectar con Dios y compartir su mensaje a todas las personas de un pueblo. Su convicción reside en que la vida debe usarse para servir y compartir la palabra religiosa y su fe, siempre teniendo en cuenta la diversidad de la gente con la que conecta y los aprendizajes que puede encontrar en ello.



ANA LUCÍA MUÑOZ

19 AÑOS, MERCADOTECNIA Y ESTRATEGIA CREATIVA



Mediante la misión, Anilú logró conocer, entender y abrazar su fe al vivir su experiencia a través de enseñanzas sobre la vida y el poder de la gratitud. Con las misiones de la UDEM, descubrió estar en el mejor camino posible para vivir su religión y también seguir aprendiendo del amor que la rodea.

CÉSAR CHÁVEZ

22 AÑOS, NEGOCIOS GLOBALES



Ir de misiones llevó a este estudiante hacia un punto de contemplación de la vida de entrega y claridad. Para él, vivir en el presente y ver los pequeños detalles de la cotidianidad fueron las enseñanzas más importantes de su compromiso al compartir la fe, pues conforme experimentaba su comunidad, también se reconocía a sí mismo de la mano de Dios.



Esta estudiante ha recorrido un gran camino de la mano de la UDEM, pues ha realizado cerca de 15 misiones para compartir su fe, amor al servicio y a las comunidades que ha recorrido. Estas experiencias la han transformado para bien, pues la inspiración de ser misionera habita en ella día con día y lo refleja en su capacidad para valorar todo lo que la rodea.



XIMENA ROBLES

20 AÑOS, PSICOPEDAGOGÍA



FERNANDO GONZÁLEZ

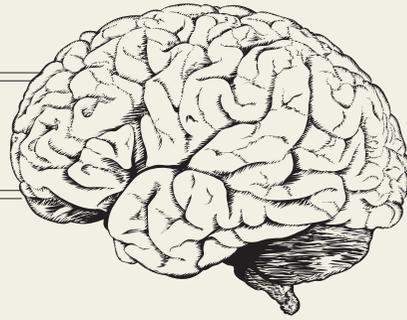
22 AÑOS, INGENIERÍA INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS



Este estudiante ha conocido en primera persona cómo la experiencia misionera puede llevarlo por corrientes que se intercalan, pero siempre fluyen, pues descubrió que mientras estaba más lejos de su zona de seguridad, fue cuando más cerca se sintió de su fe. En suma con la importancia de la comunidad y el compartir, estas son algunas de las cosas que más lo han tocado al salir de misión y encontrarse con Dios.



S A P I E N S



1

ARQUITECTURA PARA LA INCLUSIÓN

H

ablar de empatía en la arquitectura es hablar del camino hacia la sensibilidad, del reconocimiento de las necesidades inherentes de la propia diversidad del ser humano y, asimismo, de cómo estas son atendidas a través del diseño. Para entender la arquitectura, esta debe cumplir con los tres principios estipulados por Vitruvio en su tratado “De architectura”. Es decir, debe contar con el elemento de *venustas* o belleza, *firmitas* o firmeza, y *utilitas* o utilidad. Pese a que esta disciplina es reconocida como una de las Bellas Artes, permite dimensionar el impacto en las emociones y percepciones de las personas mediante algo tangible y material.

La arquitectura no solamente responde a lo estético, sino también a todo aquello que se puede sentir y experimentar. Al cumplir estas premisas, se puede generar un impacto positivo en la sociedad y el contexto en la cual se ejecuta. El japonés Tadao Ando, quien diseñó nuestro Centro Roberto Garza Sada, en alguna ocasión dijo que la vida de los seres humanos puede ser dirigida por la arquitectura y esta es una gran responsabilidad a la cual atender desde una perspectiva ética y moral, no solo visual.

Pero, ¿qué ha pasado a lo largo de la historia? ¿Realmente podemos decir que la arquitectura es útil para todos y todas?

Te invito a que salgas cinco a 10 minutos a recorrer tu entorno más cercano. ¿Consideras que está pensado para todas las personas? Posiblemente te des cuenta de que falta mucho para cumplir con los tres principios de la arquitectura. Banquetas en estado deplorable, iluminación que genera sensación de inseguridad, nula señalización para facilitar la orientación, sendas sin vegetación o sombra, calles en pésima situación. Puede sonar negativo, pero es la realidad a la que nos enfrentamos día a día, aunque no sea justa ni digna. Estas situaciones, afrontadas desde la perspectiva de la mujer, de las infancias o de algún grupo vulnerable, demuestran que la arquitectura continúa teniendo un papel fundamental para poder cambiar nuestras vidas.

Esta realidad no exime el hecho de que, desde hace años, se trabaja y lucha en favor de la equidad e inclusión, y claramente nos lleva a pensar que el futuro puede ser mejor.

En este texto, compartiré brevemente lo que algunas mujeres han hecho por evidenciar las carencias de la integración plena y justa en el contexto social, pero también en el

entorno construido. De manera que se tomen como inspiración para generar una metamorfosis en nuestro pensar, sentir y actuar como sociedad. La arquitectura requiere una escucha constante, la observación y comprensión de las diferencias y particularidades del “otro”, para poder crear entornos seguros y para todas las personas, respetando sus individualidades.

Parto desde las inquietudes de dos grandes autoras feministas que han sido parteaguas del cambio: Christine de Pizan y Simone de Beauvoir. De forma breve, sus ideales convergen en la diversidad y pluralidad del ser mujer, en la otredad, pero sobre todo en la fuerza e inteligencia de las mujeres para conformar una sociedad. Christine, en su visión y sentir humanista, escribió en 1405 el libro *La ciudad de las damas*, donde presentó distintas figuras y esencias de mujeres que convivían en esta ciudad utópica. Las mujeres descritas poseían características que van formulando este entorno y que muestran cómo cada una de estas particularidades conforman un todo integral y fortalecido, dando voz a las necesidades de las mujeres traducidas a una ciudad. Por otro lado, Beauvoir, filósofa y activista feminista, propone, en *El segundo sexo*, realizar una analogía similar a la anterior autora, donde concibe a la mujer desde distintos ámbitos, en la intención de exigir la igualdad de derechos.

Ahora bien, la brillante Jane Jacobs, en su libro *The Death and Life of Great American Cities*, precisó una fuerte crítica al diseño urbano que sucedía en los años cincuenta y que, a su vez, hacía evidente la violencia propia de las ciudades a razón de su distribución espacial y características. En él estableció propuestas como los llamados “ojos en la calle”, con la intención de erradicar

la problemática existente en los espacios públicos. Jacobs, muchísimos años después de Beauvoir y de Pizan, continuó abogando por la diversidad de las personas, aunque desde el diseño y el espacio público.

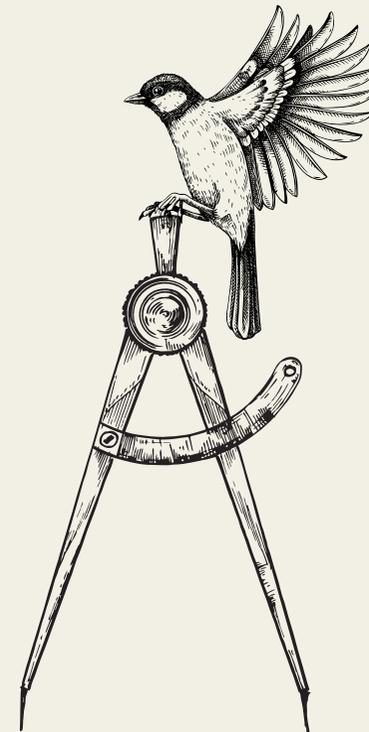
La arquitectura requiere una escucha constante, la observación y comprensión de las diferencias y particularidades del “otro”, para poder crear entornos seguros y para todas las personas, respetando sus individualidades.

Me parece importante hacer mención a la labor en tiempos modernos de Kat Holmes en favor de la inclusión mediante la creatividad. En su maravilloso libro *Mismatch*, la autora y anterior directora de Experiencia del Usuario de Google, hizo notar que la exclusión se genera principalmente por un desapego y desconocimiento de nuestras particularidades. De esta manera, la arquitectura juega un papel fundamental en el incapacitar del ser humano, por lo que definitivamente nuestra profesión tiene una gran responsabilidad y obligación de actuar hacia el cambio, haciendo eco de las premisas propias del diseño.

Es pertinente dimensionar la relevancia de reconocer nuestras diferencias y cómo la arquitectura puede ser un medio irremediablemente tangible y catalizador de la apertura a la inclusión en todas sus dimensiones y espectros. La accesibilidad física, mental y emocional de todas y todos puede darse de la mano de los espacios, en función de una sociedad equitativa en oportunidades y aspiraciones. Indudablemente, el camino del diseño tiene aún mucho por recorrer, pero avanzamos con paso firme para lograr el futuro que todos y todas esperamos y anhelamos.

Arq. Rosaura G. López

Arquitecta egresada del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Realizó una maestría en Energías Renovables y Medio Ambiente en la Universidad Politécnica de Madrid, además de la maestría en Educación Ambiental para la Sustentabilidad en la Universidad de Guadalajara. Actualmente estudia el doctorado en Artes y Diseño de la Facultad de Artes y Diseño de la UNAM y funge como directora del Programa de Arquitectura de la Universidad de Monterrey.



EL CIUDADANO QUE ARISTÓTELES QUIERE QUE SEAMOS

A

ristóteles hizo famosa la frase: “el hombre es por naturaleza un animal político”, pero ¿qué significa? En este ensayo se desarrollarán dos elementos de su significado: la comunitariedad y la búsqueda del bien común, ambas mediadas por la palabra. La explicación de estos dos elementos se hará a partir del Capítulo I del Libro primero de su libro Política.

PRIMER ELEMENTO DEL SIGNIFICADO: LA COMUNITARIEDAD

El filósofo estagirita sostiene que, además de la vida humana, solo hay otras dos opciones de vida: o estar por debajo o por encima, en el primer caso está la vida de una bestia y en el segundo la vida de un dios; y ni las bestias ni los dioses viven en ciudad, solo el hombre lo hace. De este modo, Aristóteles concluye que la ciudad (pólis en griego) es esencial al ser humano, no solo en el sentido material que implica sino en cuanto a ser una comunidad: el animal político es esencialmente comunitario.

Se podría argumentar que el resto de los animales también forma una comunidad con otros de su especie, algo en lo que el discípulo de Platón estaría de acuerdo, ¿entonces dónde está la diferencia? El filósofo griego observa que la comunidad humana está mediada por la palabra. Si bien, el resto de los animales puede comunicar la pena y el placer que vive, solo el ser humano puede exigir el bien y denunciar el mal explicando por qué algo es justo o injusto, todo ello me-

dante la palabra. Dicho de otra manera, es la palabra la que humaniza a la comunidad de individuos cuando persuade para preferir el bien sobre el mal o cuando defiende lo justo sobre lo injusto, algo que no sucede en el resto de las comunidades animales.

SEGUNDO ELEMENTO DEL SIGNIFICADO:

LA BÚSQUEDA DEL BIEN COMÚN

El animal político también es, en esencia, búsqueda del bien común. Aristóteles sostiene que el individuo no se basta a sí mismo, sino necesita de la comunidad para remediar sus necesidades. Argumenta que, así como cada individuo obra en vista a un bien que estima valioso, la comunidad apunta a un bien mayor, que es el bien de todos los que la componen: el bien común. En este sentido, el bien de todos es mayor al bien individual: el bien de la comunidad tiene primacía sobre bien del individuo.

Alguien podría objetar que el individuo es lo más importante, pues sin él no habría una comunidad, de modo que el bien del individuo debería tener siempre primacía sobre el bien de la comunidad. Aristóteles no estaría de acuerdo, pues afirma que el todo tiene primacía sobre la parte, así como el cuerpo tiene primacía sobre sus partes (una mano separada del cuerpo pierde todo su sentido) así la comunidad tiene primacía sobre el individuo. Entonces, los intereses públicos tienen primacía sobre los intereses privados, así como la salud del cuerpo tiene primacía sobre la salud de la mano.

MEDIACIÓN POR LA PALABRA

El filósofo estagirita sostiene que, así como la comunidad de individuos se humaniza porque utiliza la palabra, así mismo la búsqueda del bien común se humaniza cuando media la palabra; al comunicarse con la palabra, la comunidad se hace realmente humana cuando busca hacer concordar los intereses de todos: cuando busca el bien común. El ágora griega, por ejemplo, reunía a los ciudadanos para encontrar la manera de remediar las necesidades de todos y de conciliar sus intereses particulares, de modo que la convivencia común fuera conveniente para todos los habitantes de la ciudad.

Alguien podría señalar que el resto de los animales también logran comunicarse por el bien de su comunidad, a lo que el filósofo griego respondería que, a diferencia de los demás animales, el ser humano dialoga para distinguir lo bueno de lo malo, lo provechoso de lo accesorio y lo justo de lo injusto para la entera comunidad y no solo para algunos pocos. Con este ejercicio dialogal en la búsqueda del bien común, la comunidad de individuos se humaniza pues la palabra y el diálogo son propios de los seres humanos.

ALGUNAS CONCLUSIONES

¿Qué significa entonces decir que el ser humano es un animal político? Significa en primer lugar que es un ser esencialmente comunitario, aquel que habita fuera de la comunidad humana es una bestia o un dios. El individuo es deudor de la comunidad, pues todo lo que es lo es gracias a la comunidad: desde la vida misma, casa, comida, vestido, costumbres e, incluso, la palabra que habla.

En segundo lugar, ser animal político sig-

nifica buscar el bien común aceptando que el bien de todos es mayor que el bien individual. El bien del individuo solo es legítimo cuando contribuye al bien común; utilizando el mismo ejemplo, podríamos decir que es imposible pensar que la mano solo busca su propio bien, el que ella esté bien depende del cuerpo y cuando ella constituye un peligro para el cuerpo incluso se mutila, esta analogía no quiere significar que el individuo sea así de prescindible, lo que quiere simbolizar es el lugar que ocupa el individuo en la comunidad.

Y ¿qué importancia tiene para nosotros entender lo que significa decir que somos un animal político? Aristóteles nos diría que, si queremos atender a nuestra naturaleza humana, es imperativo superar el individualismo contemporáneo que vela de manera excluyente por los propios intereses en detrimento de los intereses de todos los miembros de la comunidad: piénsese en lo económico y en lo político, dos ámbitos en los que se observa cada vez mayor exclusión respecto al dinero y al poder, que se traduce en desigualdad y miseria.

Algo para cerrar, la cultura griega tiene un término para designar a aquellos que, en lugar de interesarse por los problemas de todos, se interesa solo en los propios asuntos: el idiotés, que significa “aquel que se ocupa solo de lo suyo”. El idiotés es la otra cara del animal político, es el que en primer lugar se excluye a sí mismo de la comunidad y, cuando tiene suficiente poder económico y/o político, termina excluyendo a los demás. Aristóteles sostiene que nuestra naturaleza no es ser un idiotés, sino un animal político.



Everardo Aréchiga García

Inició su camino profesional en la Universidad de Monterrey en 2013. Actualmente es profesor asociado dentro de la Facultad de Educación y Humanidades. Así mismo, es parte de la Comunidad Filosófica Monterrey (COFIM) y miembro de la Asociación Filosófica de México (AFM). Su profesión radica en impartir cursos de filosofía dentro de la institución, mientras que sus líneas de investigación radican en la educación para la ciudadanía, la filosofía política y las implicaciones filosóficas de la ciencia.



VAHARI: LLEVAR LO ECOSOSTENIBLE EN TU BOLSO

POR: MARIANA MONTES. ANALISTA DE MEDIOS. UDEM.

■ Por cuánto tiempo sueles conservar la ropa de tu armario? ¿Una temporada, un año? Renovar el guardarropa y los accesorios nos recuerdan el alto impacto ambiental que la moda genera en nuestras vidas; desde su producción hasta la huella de carbono provocada por la contaminación y el rápido desecho de las prendas y artículos.

Pensando en esta realidad, Marissa Mota Rueda, estudiante de la UDEM, se formuló la importante pregunta: ¿qué tal si, en vez de permitir que la moda se convierta en basura, hacemos de la basura artículos de moda? La respuesta de esta creativa —junto a sus compañeras Jimena Guerra Rodríguez, Adriana Gracia Villaseñor y Elvia Pesqueira Flores— fue Vahari, una línea de bolsos de lujo

hechos a base de un hilo utilizado como materia prima de bolsas de plástico desechables.

Sin la ayuda de máquina alguna, este hilo tejido a mano crea desde bolsos estilo *clutches* (ideales para eventos formales), hasta los *satchels* más casuales. Dicho trabajo fue realizado como Proyecto de Evaluación Final para egresar de la Licenciatura en Diseño de Moda y se presentó dentro del semestre Otoño 2022.

“Éramos conscientes de la problemática de la contaminación de la moda en general, pero en particular nos llamó la atención el tema de los microplásticos que quedan en los océanos, y con esto en mente desarrollamos una alternativa de hilo amable con el medio ambiente, a pesar de tener un origen plástico sintético”, apuntó Marissa.

Por ello, Jimena, una de las integrantes del equipo, generó un hilo hecho a base de bolsas de plástico como parte de la materia de Diseño Experimental, el cual fue tomado como punto de partida para los accesorios de lujo: “Usamos este hilo para desarrollar algunos de los bolsos de la línea y lo llamamos hilo Vahari. Después, juntas creamos otro hilo, el Vahari Bold, que es más grueso y parece un estambre. El hilo Vahari, al ser más delgado, necesita bolsas de plástico muy específicas para hacerse, pero el Vahari Bold puede usar como materia prima cualquier tipo de bolsa de plástico”, compartió Marissa.

Dichos hilos no son teñidos —lo cual elimina el proceso contaminante de dar otro color— y pueden limpiarse fácilmente con un paño. ¿El resultado? Productos duraderos y ecoamigables. Ante esto, Elvia compartió su experiencia con este proceso, añadiendo que “la parte técnica de crear el hilo es complicada, y aparte tuvimos que experimentar con diferentes técnicas de tejido: de gancho, de puntada, para llegar a la indicada. Al final quedamos muy satisfechas porque, cuando llevamos los bolsos al Centro Roberto Garza Sada para fotografiarlos o seguirlos trabajando, la gente nos preguntaba dónde podía conseguirlos”.

Estos accesorios poseen marcos o estructuras de madera que reimaginan la estética de los artículos: los bolsos no solo son rectangulares, también los hay en formas redondas, hexagonales y piramidales. Para dar estos toques, las diseñadoras colaboraron con un ebanista que trabajó artesanalmente.

“Vahari significa ‘mar’ en swahili. Y nos parece el nombre perfecto porque la línea está inspirada en el *beachwear* y tiene un toque tropical. Además, es una manera de evocar el punto de partida de todo el trabajo, que es la contaminación en los mares por los microplásticos. Es como cerrar el círculo. La palabra original se escribe con ‘b’, o sea, ‘bahari’, pero quisimos cambiar la ortografía para darle nuestra propia identidad”, compartió Elvia.

Por su parte, las diseñadoras han considerado atraer a inversionistas para desarrollar la marca y ya han vivido la realidad de enseñar los procesos a terceros. Sobre ello, Marissa comentó: “Llegar al hilo final fue complicado y

después aprendimos a enseñar y delegar todos estos pasos a otras personas porque también tuvimos el apoyo de tejedoras para sacar adelante la línea. Fue complicado, pero claro, creemos que eso es parte de llevar el proyecto más allá”.

Ante esto, Édgar Morejón Flores, asesor del proyecto y docente de la UDEM, destacó la capacidad de innovación, elemento vital de la profesión que eligieron las estudiantes, añadiendo que, en sus clases, se enseñó la importancia de deconstruir lo conocido para generar algo nuevo. Es aquí donde radica la experimentación, punto principal que hace avanzar al diseño y al arte. Además, indicó, en un entorno donde la falta de recursos para crear los materiales de la industria de la moda es cada vez más latente, es esencial que las nuevas generaciones de diseñadores se adapten para reutilizar recursos existentes y de esta manera reducir su huella ambiental.



De izquierda a derecha: Marissa Mota, Elvia Pesqueira, Adriana Gracia y Jimena Guerra.





MIWO, EL PROYECTO GRÁFICO QUE PROPICIA HABLAR DE LAS EMOCIONES

POR: MARIANA MONTES. ANALISTA DE MEDIOS. UDEM.

Hace poco más de un año, María Cantú, exaUDEM egresada de la Licenciatura en Diseño Gráfico, estaba en el proceso de decidir el tópico del Proyecto de Evaluación Final y nunca imaginó que su trabajo podría abordar un aspecto tan fundamental de la naturaleza humana: las respuestas emocionales.

Junto con sus compañeras Valeria Salinas, Ximena Viades y Camila González crearon Miwo, un *kit* de herramientas didácticas con el que padres e hijos aprenden a reconocer y expresar sanamente sus emociones al entablar un sano diálogo en familia para promover la inteligencia emocional.

El nombre del *kit* hace referencia al modo en que los niños más pequeños pronuncian la palabra “amigo”, pues las diseñadoras coinciden en que sintetiza perfectamente el espíritu del proyecto: un método accesible para aproximarse a un tema trascendental en el desarrollo humano.

“No somos expertas en inteligencia emocional, por eso, más que decir que la psicóloga (Alejandra Sandoval) es nuestra cliente del proyecto, decimos que es una aliada. Ella nos apoyó con la información y el vocabulario adecuado, aparte del que nosotras investigamos para empaparnos del tema. Todo lo que aparece en el *kit* está validado y

corroborado”, indicó María. “Detectamos la necesidad general de expresar nuestras emociones de una manera más clara y también nos dimos cuenta de que enfocar el trabajo en los niños era lo mejor, porque la infancia es el momento en el que vas tomando conciencia de tus emociones. ¡Y qué genial es tener la práctica de identificarlas correctamente desde chiquitos!”, compartió.

Ximena añade que no iniciaron la tarea desde cero, pues la psicóloga que las acompaña en esta travesía ya contaba con talleres en los que usaba materiales e impresiones que recolectó a lo largo de los años. Por ello, el reto de las diseñadoras fue llevar esto a un nuevo nivel: “El objetivo es que, una vez tomados los talleres de expresión de emociones, los papás puedan darles seguimiento en casa. De ahí surgió la idea de hacer un *kit* que optimizara las herramientas de los talleres”, comentó.

“El *kit* está dividido en tres etapas: Conectar, Descubrir y Aventurarse. Cada una tiene sus herramientas diseñadas para ser reutilizables y son muy atractivas. Incluso Miwo está hecho pensando en que los materiales sean parte de la decoración de los cuartos de los niños, así la enseñanza es mucho más amigable”, ahondó Valeria Salinas.

A primera vista, Miwo es una caja de juegos que, entre sus herramientas, cuenta con un memorama a través del cual los niños identifican las emociones, aprendiendo que no son buenas o malas, sino simplemente parte de la vida.

Las diseñadoras agregaron una base de madera con las etiquetas “día” y “noche”. Así, los papás pueden pedir a los hijos que tomen la carta del memorama correspondiente a su sentir en los dos momentos del día para iniciar una conversación acerca de por qué experimentaron dichas

emociones. ¿Cuáles son las otras herramientas de Miwo que lo hacen tan valioso? El emocionario (un diccionario de las emociones), un libro de las expresiones, los audiocuentos que lo acompañan, la rueda del enojo, el juego de cartas y el mismo personaje Miwo, presentado como una figurita tejida en crochet.

“El *kit* también tiene una guía para padres donde explicamos el objetivo, la importancia de las emociones y de reconocerlas”, apuntó María. “La caja donde vienen las herramientas está decorada con confeti porque queremos liberar las emociones y celebrarlas”.

Su asesora, la maestra Diana Woolrich, pudo ahondar en la descripción del proyecto al coincidir en que “el trabajo subraya la capacidad de entender un proyecto más allá del diseño gráfico; es comprender que la disciplina también diseña experiencias y servicios, además de que promueve el trabajo colaborativo”. El resultado final abarca la aplicación de conocimientos de marca, identidad, ilustración y también comunicación.

Para concluir, Ximena Viades compartió desde sus palabras cómo ve que el diseño gráfico puede impactarnos no solo en lo que vemos, sino en lo que tratamos de nuestra vida diaria: “El diseño

gráfico es visto como una disciplina orientada a la comercialización y, aunque es verdad, nos interesaba demostrar que puede ir más allá, que puede dar soluciones reales a problemáticas reales”, explica. “La pandemia nos enseñó la importancia de cuidar la salud mental y fue gratificante ver que lo que hicimos puede contribuir en esa área”.

Sin duda, este proyecto nos recuerda la confianza y seguridad que nos da el hablar de nuestros sentimientos y qué mejor que hacerlo al lado de un amigo como este. o

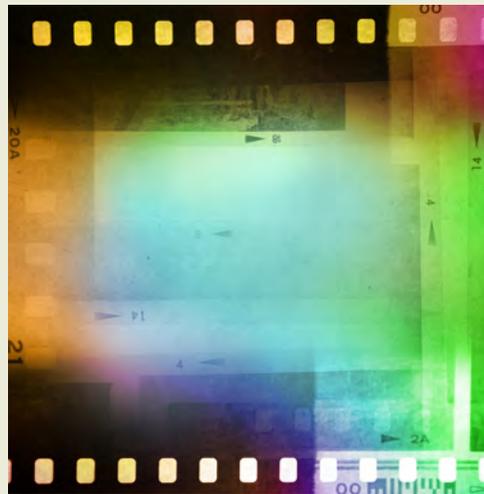


Camila González,
Ximena Viades,
María Cantú y
Valeria Salinas

FOTOS: CORTESÍA

360° UDEM

**ES UNA REVISTA DE TODOS,
PARA TODOS Y CON TODOS**



PEREGRINAR. ¿Acto deportivo, religioso o espiritual? ¿Las tres? El Camino de Santiago sirvió como inspiración para realizar el Proyecto Final de las clases de Fotografía formativa para diseñadores y de Fotografía profesional de objeto. Tiene como objetivo comunicar las razones por las cuales una persona decide peregrinar, los retos que cada participante quiere alcanzar, la presencia de la espiritualidad en nuestro camino y el sueño de una meta cumplida.

Sea en los caminos de España, Francia y Portugal,

en las faldas del Everest, en nuestros entornos más cercanos y con nuestros seres más queridos, o en los senderos y ciudades mexicanas, peregrinar es un acto de fe y de superación personal. Es un acto de amor y de esperanza. De cariño y de trascendencia.

Así lo demuestran estas fotografías que participaron en los concurso de portada y contraportada, bajo la asesoría de las profesoras Gabriela Guajardo Calles, Rolando Angulo Gálvez, Eva Pineda Otálora y el director de carrera Eduardo Guizar Vukovich.



ROSARIO EN MANO

Alexia Paulina Treviño Garza



MARCAS DEL CAMINO

Ana Lucía Herrera Garza



AZÚL

Ana Taina Hernández Olivo



S/T

Angela Patricia Díaz Salazar



PIEDRA DEL CAMINANTE

Bruno Muñoz Sánchez



S/T

Carlos Gil



HASTA EL FINAL

Carlos Gil



THE ST. JAMES SHELL

Dana Paola Onofre Garate



S/T

Daniela Meouchi



SHELL ON THE ROAD

Daniela Sofía Carvajal Márquez



ATADURAS

Eddy Niño Gómez



MEU CORAÇÃO

Estefani De León Guzmán



EL CAMINO DE UN CREYENTE

Fernanda Sainz Oates



LUZ EN LA ADVERSIDAD

Irma Montiel Ramos



PRESENTE Y PASADO

Isela Monserrat



LA LUZ DE LA PAZ

Jannet Lozano



EL GUÍA

Natalia Chavarría Martínez



EL CAMINO DE LA VIDA

Natalia Sada Acosta



TODOS LOS CAMINOS LLEVAN A SANTIAGO

Natalia Santos del Muro Romo



CRECIMIENTO PERSONAL

Paulina Treviño Garza



EL RECUERDO DE SANTIAGO

Jannet Lozano Martinez



S/T

Katya Galan



EL ESCAPE DEL DOLOR

Marcela Marroquín



CAMINO HACIA LA FE

Mariana Fernandez Márquez



MEJOR CON CADA PASO QUE DAS

Priscila Treviño Treviño



DESCÚBRETE

Raquel Jaime Benitez



ROSARIUM

Regina Benavides



EXTREMELY TIMELY MEAL

Santiago Garza



S/T

Mariela Barona Suarez



A SANTIAGO EL MAYOR

Mayte Roman Molina



SBAGLIATO

Melissa Martínez



CAFÉ PEREGRINO

Mercedes Villanueva



UN PASO A LA VEZ

Sofía Páez Fernández



SÍMBOLO ESPIRITUAL

Sofía Batarse



LAS HUELLAS QUE NOS TRANSFORMAN

Valentina Robledo Ramirez

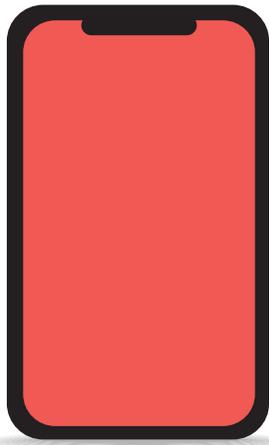


LA CRUZ DEL CIELO

Valeria Ramirez Reyes

KICKER

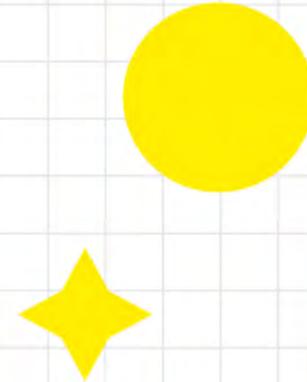
CANTIDAD DE DISTRACCIÓN



UDEM

TIENDA UDEM

**CAMPUS UDEM
ESTOA / PISO 2**



VISITA
TIENDA UDEM
EN LÍNEA:



udem.edu.mx/tiendaudem



3 6 0 °

U D E M

