

REVISTA DIGITAL



COMUNICACIÓN



COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XXI

Nº 3

Agosto- Diciembre 2025



UNIVERSIDAD
DE IXTLAHUACA CUI

Foto de César Augusto Suhaste Ramírez

DIRECTORIO

UNIVERSIDAD DE IXTLAHUACA CUI

Dr. en D.P.C. Margarito Ortega Ballesteros
Rector y Director General

Lic. en T. Nicodemus Flores Vilchis
Secretario de Docencia

Ing. María de las Mercedes Vieyra Elizarraraz
Secretaria Administrativa

Dr. en C.E.F. Cristián Conzuelo Bernal
Director de Comunicación, Extensión y Vinculación

Dr. en Edu. César Gabriel Figueroa Serrano
Jefe del Departamento Editorial

D.R. Universidad de Ixtlahuaca CUI. Prohibida su reproducción total o parcial por cualquier medio, sin autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

DIRECTORIO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN

M. en D.A.E.S. Carolina Zárate Henderson
Directora de la Licenciatura en Comunicación

M. en A. E. César Augusto Suhaste Ramírez
Subdirector y Coordinador de contenidos
Facultad de Comunicación

DIRECTORIO DEPARTAMENTO EDITORIAL

Dr. en Edu. César Gabriel Figueroa Serrano
Jefe del Departamento Editorial

L.C. Araceli Camacho Ramos
Editor responsable

M. Teresa Barrios Lara
Corrección de estilo

Paola Hernández Amaro
Diseño Digital

DN Comunicación. Revista de divulgación. Núm. 3, Agosto - Diciembre 2025, es una publicación semestral editada por la Universidad de Ixtlahuaca CUI, a través del Departamento Editorial. Carretera Ixtlahuaca - Jiquipilco km.1. Ixtlahuaca de Rayón, México CP. 50740. Teléfono: (712) 283 - 1012, ext. 1070 y 1152. Página web: <https://editorial.uicui.edu.mx/> Correo electrónico: editorial@uicui.edu.mx Los artículos son responsabilidad de los autores y no representan la postura de la institución. Distribución gratuita.



EDITORIAL

A casi 25 años de haber comenzado el siglo XXI, podemos señalar que el espíritu de nuestra era es el cambio. Las transformaciones del mundo y de todo lo que él contiene no son ciertamente una novedad, pero ahora, quizá como nunca antes en la historia de la humanidad, el ritmo al que se suceden las transformaciones sociales, culturales, políticas, económicas y tecnológicas, es sumamente vertiginoso. En poco menos de un cuarto de siglo hemos sido testigos de acontecimientos icónicos: he ahí la pandemia de Covid-19, la implosión de las Inteligencias Artificiales, los conflictos bélicos que podrían convertirse, tarde o temprano, en una tercera guerra mundial, todo ellos, sin olvidar que recién comenzado el siglo Internet fue la gran novedad, y tan sólo una década después lo fueron las redes sociales. En este escenario, la comunicación no resulta exenta de haberse transformado, y no solo por la evolución tecnológica y el auge de lo digital, sino porque ese espíritu

del cambio ha venido a trastocar todo a su paso. Es así, que este número de DN Comunicación da cuenta de algunos de los fenómenos que, de manera casi inédita, atraviesa la comunicación de nuestra era. Del texto “De ritmos, velocidades y respuestas” de Ismael Colín, podemos señalar las consecuencias que la inteligencia artificial ha traído para quienes la han empleado como un reemplazo de las competencias humanas, el resultado, advierte Colín, es una pérdida del ejercicio de la reflexión. Las nuevas manifestaciones de la violencia, que se dan desde los ámbitos educativos, hasta los simbólicos, como la que predomina en los medios de comunicación, parecen ser otro rasgo característico de nuestros tiempos. Este fenómeno es abordado en algunos de los textos de que componen este número. Mariana Campos señala en su texto “De brujas malvadas, princesas superficiales y madres abnegadas” un recrudecimiento de la violencia estética que promueven algunos medios de comunicación, fenómeno que, si bien



no es una novedad, no cesa y, por el contrario, se agrava en las nuevas narrativas audiovisuales de la era de consumo. En este mismo tenor, Jorge Camacho analiza la forma en que desde el aula se ejercen nuevas formas de violencia, como la saturativa, que en pro de convertir a los niños estudiantes en sujetos altamente productivos deriva en otras problemáticas, como la deserción escolar, depresión, ansiedad, baja autoestima y sinsentido existencial. Complementariamente, Mariela Enriquez señala una agonía social que solamente podrá ser contrarrestada por una nueva forma de entender y ejercer la educación, una educación evolutiva que atienda necesidades particulares de un individuo, sin perder de vista que formamos parte de una sociedad y que la mejora de ésta es una corresponsabilidad que nos compete a todos. La desprofesionalización de la comunicación señalada por el texto homónimo de César Suhaste, viene a dar cuenta de una realidad cruda que cuesta trabajo asimilar, se trata pues de la forma en que las circunstancias sociopolíticas y económicas, aunadas al surgimiento de plataformas digitales que facilitan las labores profesionales del comunicólogo, como Canva, CapCut y otras, han impactado de manera negativa en las matrículas de escuelas avocadas a la enseñanza profesional de la comunicación, generando así una crisis que pone en tela de juicio si es viable y rentable

estudiar esta profesión que muchos nos ha dado tantas satisfacciones. Estas dudas se remarcan más cuando la situación económica de la actualidad no es para todos la mejor, tal como lo señala Norma Islas en su análisis del cortometraje “Medalla al empeño”, un análisis que permite conocer algo que en México ha pasado de ser una simple práctica a una auténtica idiosincrasia: el empeño de prendas. Otros textos, como los de Carolina Zárate y Joaquín Maldonado se muestran más optimistas ante este escenario y rescatan la importancia de la comunicación en otras dimensiones, como la comunicación digital y la comunicación no verbal. Textos como los de Brenda Molina y Araceli campos nos recuerdan que la investigación científica-social puede ser un ejercicio apasionante y no solamente una práctica propia de eruditos y lectores empedernidos. No me resta más que invitar a deleitarse con las palabras que componen cada uno de los textos que componen este número de DN Comunicación para ser testigos y copartícipes de la forma en que la comunicación se desenvuelve en este contexto que por momentos se muestra violento, por momentos se desdibuja en lo digital, pero que también nos recuerda que la comunicación puede ser la vía de afanarnos a todo lo bueno que aún nos resta por conocer y compartir.

César Augusto Suhaste Ramírez

CONTENIDO

-Sobre la desprofesionalización de la comunicación

Cesar Augusto Suhaste Ramírez.....7

-La violencia saturativa en educación

Jorge Camacho Camacho.....10

-Análisis del cortometraje "Medalla al empeño"

Norma Angélica Islas Salinas.....12

-De brujas malvadas, princesas superficiales y madres abnegadas. Reflexiones en torno a la violencia estética

Mariana Campos Estrada.....15

-De ritmos, velocidades y respuestas. Algunas alocuciones reflexivas a propósito de la IA

Ismael Colín Mar.....19

-La importancia de la comunicación no verbal en una entrevista de trabajo

Carolina Zárate Henderson.....21

-La libertad de la escritura en la investigación

Brenda Angélica Molina Garduño.....23

-La agonía social

Mariela Enríquez Guadarrama.....26

-La Comunicación Digital: Interacción Rápida y Eficaz

Joaquín Alberto Maldonado Molina.....28

-Itinerarios Comunicativos

Araceli Camacho Ramos.....31

Sobre la desprofesionalización de la comunicación

César Augusto Suhaste Ramírez

Afirmar que se está desprofesionalizando la Comunicación implica reconocer que actualmente diversas personas se dedican a realizar comunicación, generalmente para medios digitales, sin que necesariamente cuenten con estudios profesionales, esto no quiere decir que la comunicación como carrera universitaria desaparezca; sin embargo, existen los elementos suficientes para sostener que hoy día cada vez más personas pueden realizar trabajos relacionados con la comunicación sin contar con un título de licenciatura o posgrado que los acredite como profesionales del ramo, esto se debe a diferentes y variadas circunstancias que trataremos de exponer en las siguientes líneas a raíz de la baja matrícula que registran las escuelas de comunicación en todo el país. Para quienes enseñamos la comunicación en alguna universidad no es una novedad que la matrícula de estudiantes cada vez sea menor, en tan sólo un par de años las aulas pasaron de estar abarrotadas a tener ahora sólo unos cuantos estudiantes. Si bien la pandemia por Covid-19 y el consecuente confinamiento durante casi dos años al que estuvimos sometidos han sido un factor importante, no son la única causa del declive de una de las carreras más apasionantes y con mayor número de áreas de desarrollo.

De acuerdo con el reporte de ICO Inteligencia Creativa (2024), basado en datos de la Dirección General de Administración de la UNAM (2023), la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la máxima casa de estudios de México reportó una caída en el número de aspirantes de poco más



del 50% en los últimos 10 años. Es decir, 3580 personas durante el año 2013 aspiraban a estudiar Comunicación en la UNAM, mientras que para el año 2023, tan sólo aspiraron 1711. Esta misma tendencia puede ser observada en las diversas escuelas de Comunicación alrededor del país, a tal grado que en Toluca no abrieron nuevos grupos para esta licenciatura en el periodo 2024, en el caso de la Universidad de Ixtlahuaca CUI, sólo arrancó con un grupo de 17 estudiantes aun cuando se trata de un nuevo plan de estudios.

Aunado a lo anterior, el índice de arrepentimiento por haber estudiado comunicación no es mejor. De acuerdo con ZipRecruiter el 44% de los universitarios graduados reporta arrepentirse de haber estudiado la carrera que estudió, pero dicha cifra se dispara hasta el 87% en Periodismo y 64% en Comunicación, lo que las sitúa como el primero y cuarto lugar respectivamente entre las carreras con más arrepentidos.

Las cifras, sea por donde sea que las miremos, arrojan una realidad desalentadora para la Comu-

nicación, pero las causas de este colapso aún no han sido develadas de manera clara. Como ya se apuntó anteriormente, la pandemia por Covid-19 ha sido un punto de inflexión, pero aunado a ello existen otros factores que, aunque no son determinantes, han hecho que esta profesión atraviese por una crisis de la cual no se tiene idea de cómo salir.

Dentro de los factores a considerar en este fenómeno, se pueden señalar los salarios, pues de acuerdo con portales como Talent.com el salario del comunicólogo promedio en México es de \$84,000 al año o \$43.08 por hora. Los cargos de nivel inicial comienzan con un ingreso de \$60,000 al año, mientras que profesionales más experimentados perciben hasta \$132,000 al año. Esto quiere decir que el salario promedio mensual de un comunicólogo ronda los 7 mil pesos. Otros medios como Glassdoor refieren una cifra mensual de 10 mil pesos y, en un tono más optimista, Computrabajo y la Universidad Anáhuac refieren que el comunicólogo en México percibe en promedio entre 15 mil y 30 mil pesos mensualmente. Si bien existen elementos a considerar en la percepción salarial, como experiencia, ubicación, talento y creatividad, lo cierto es que, para un profesionalista, el sueldo que percibe el comunicólogo es muy bajo en comparación con profesiones como la medicina, economía o ingenierías que rondan sueldos de 40 mil pesos mensuales en promedio.

Otro factor importante a observar es el hecho de que los sueldos más altos entre los comunicólogos se encuentran en los campos organizacionales o administrativos, y debemos recordar que, en México, hace no mucho se ha tenido conciencia de la importancia de la comunicación al interior de las organizaciones, motivo por el cual la cantidad de plazas disponibles para un empleo en estas áreas sea mínima. Caso contrario sucede con las áreas enfocadas a los medios audiovisuales, las cuales acaparan el mayor número de empleados de esta carrera, ya sea en televisión, radio, prensa o medios digitales; en estas áreas, los sueldos son más bajos en comparación con

las áreas organizacionales o administrativas, además de que representan mayores riesgos laborales y una demanda de tiempo mayor.

Pero no todo es cuestión de salarios y empleabilidad, un factor que debemos considerar en la crisis de profesionalización que atraviesa la comunicación es el hecho de que casi cualquier persona puede actualmente manejar medios de comunicación sociodigital. En otras palabras, la evolución de los dispositivos móviles y las redes sociales han propiciado que hoy en día, un gran número de personas tengan a la mano una cámara fotográfica y de video, puedan retocar y editar esas imágenes y videos con tan solo un par de clics, y puedan también hacerlas públicas ante millones de internautas, cosa que hasta hace un par de décadas era un acto casi exclusivo de los grandes emporios de la comunicación. El resultado de esta implosión de medios sociodigitales y proliferación de dis-



positivos móviles cada vez más sofisticados se puede observar con el auge de los influencers y creadores de contenido, quienes, sin necesidad de estar capacitados para ejercer el papel de un comunicador profesional, logran hacerlo y sumar cantidades exorbitantes de seguidores y dinero.



Por otra parte, los nuevos comunicólogos también han sido parte de su propio declive, pues muchos de los que ahora se encuentran en formación y otros tantos de los que están en el campo laboral han demeritado, quizá sin quererlo, su papel al interior de una empresa u organización. En otras palabras, el surgimiento de aplicaciones para dispositivos móviles, como Canva, CapCut, Filmora, entre otras, han venido a poner al alcance de casi cualquier persona la capacidad de editar fotos y videos, crear logotipos y diseño de imagen, crear contenidos para redes sociales y más. Esto, lejos de ser una situación benéfica para quien se dedica a la producción audiovisual representa un revés, pues es común escuchar que personas sostengan que pueden editar videos, to-

mar fotos, crear logotipos, con estas aplicaciones, aunque el campo profesional exige el dominio de otras herramientas más sofisticadas como la paquetería de Adobe, Final Cut, Protools, entre otras.

Así pues, podemos inferir que las principales causas de este declive de la profesionalización de la comunicación son estructurales, lo cual despierta inquietudes sobre cómo deben responder las universidades ante este dilema y si es que existe una fórmula que revierta esta tendencia. Por el momento, podemos señalar que para que ello suceda es importante sumar esfuerzos desde todos los ángulos: primeramente, deberán ser los profesionales de la comunicación quienes deban valorar su trabajo, evitar en lo posible demeritar o malbaratar los servicios que se ofertan y, en este mismo sentido, emplear las herramientas profesionales que permitan ver a los clientes o potenciales empleados que hacer comunicación no es cuestión de unos cuantos clics en una aplicación. Por otra parte, las universidades y los organismos nacionales gestores de la Comunicación como CONEICC, AMICC y sus similares, deberán trabajar con los diversos sectores social, empresarial, gubernamental y más, para visibilizar que la comunicación es una profesión no sólo importante en el contexto actual, sino imprescindible para el funcionamiento óptimo de nuestra sociedad.

La violencia saturativa en educación

Jorge Camacho Camacho

Alguna vez te hicieron la pregunta o le has preguntado a un niño ¿qué quieres ser de grande? La pregunta puede ser ingenua o hasta motivadora, pero ¿sabes lo que genera esa pregunta en el cerebro del niño? Quizá no se ha tenido en cuenta el efecto, pero dicha pregunta puede generar una alteración en el proceso de desarrollo del niño, pues, estando en la etapa de niñez se le intenta ubicar en la edad adulta.

Lo anterior se puede corroborar en el estudio que realizaron las estudiantes de la Escuela Nacional para Maestras de Jardines de Niños, en nueve jardines de niños, del sistema público, de las diferentes alcaldías de la Ciudad de México. Las docentes les pidieron a los infantes realizar un dibujo en el que, a su vez, contestaran la pregunta expuesta. Las respuestas fueron extraordinarias y originales, ya que hubo quien contestó que en un futuro soñaba ser como Mickey Mouse, hasta directoras de circo, otros niños querían ser pinta-caritas, alguna niña microbusera, youtubers, algunos niños vaqueros, peluquero de perros, etc. (Álvarez, 2019).

En realidad, lo negativo de la pregunta radica en su consecuencia, sobre todo cuando el niño empieza a crecer con una etiqueta profesional, y aunque sus preferencias profesionales pueden ser olvidadas a través del tiempo, no falta quien le recuerde sobre dicha preferencia, o incluso, que le quiera imponer la profesión que el adulto desarrolla.

Cuando el niño crece con esa etiqueta y empieza a ir a la escuela, encuentra en la práctica educativa la fórmula perfecta para cumplir su sueño. Por una parte, en el aula encuentra la oportunidad de preparación, pero al mismo tiempo, los discursos dentro del aula, repiten una y otra vez que la escuela es el espacio de preparación para la vida laboral. Bajo esa idea, el niño que quiere alcanzar sus sueños es capaz de soportar desmañanadas y la monotonía de la pedagogía escolar, pero, sobre todo, asume obligadamente la cantidad





de tareas asignadas por los docentes. De hecho, se ha cuestionado si dejar tareas abundantes a los niños es la mejor forma de aprendizaje.

El debate sobre la cantidad de tarea que se debe asignar a los alumnos no es nuevo. Desde los años ochenta, investigadores han tratado de descifrar si la tarea logra mejorar el desempeño escolar de los alumnos. Pero también el artículo de Paulette Delgado ¿Se debería prohibir la tarea? (2020), vuelve a poner el tema sobre la mesa, sobre todo porque la mayoría de las veces, la asignación de tareas se utiliza para resarcir lo que no se pudo trabajar en el aula.

Estas acciones escolares colocan al niño en la misma posición que se encuentra el adulto con respecto al trabajo; es decir, el niño cae en una enorme positividad que se ve alimentada por la idea equivocada de que “atiborrar” de información al niño es la acción necesaria, mejor y única para que logre aprendizajes significativos y consiga sus sueños. La positividad se vuelve el motor de todo esfuerzo y sacrificio por hacer posibles sus ilusiones.

Las consecuencias son los daños psicológicos y emocionales en ellos, pues a temprana edad entran en la dinámica del mundo acelerado de lo mediático, que los conduce al estrés, ansiedad y diversos síntomas psicológicos que los dañan. Cuando el niño pierde momentos de divertimento por hacer tareas o no logra cultivar otras dimensiones humanas, necesarias para su desarrollo físico y de personalidad, se cae en esa positividad en la que se enrola el estudiante, opacando la magia de la ociosidad, generando o autogenerándose violencia saturativa. De hecho, esa violencia generada en el aula es uno de los motivos de altos porcentajes de deserción escolar. Por eso la OCDE en su reporte titulado “¿La tarea perpetúa las desigualdades en la educación?” demostró que un total de cuatro tareas por semana es lo ideal, más de eso en la semana

tiene un impacto insignificante en el rendimiento académico, mientras que afecta significativamente en el tiempo libre que tienen los niños para actividades de recreación y ocio (Delgado 2020).

En definitiva, las etiquetas que se les imponen o se autoimponen los niños, permiten que la vida académica se convierta en una situación insoportable pero necesaria. Por eso se construye la violencia de la positividad que no es privativa, sino saturativa, que cada vez se manifiesta en múltiples formas de violencia neuronal que conduce al colapso del yo (Han, 2012), mediante depresión, baja autoestima, ansiedad y sinsentido existencial.

El peor escenario es que se asume que este tipo de prácticas académicas son normales, y como dicha violencia no proviene de lo extraño y lejano, sino de las múltiples actividades que el sistema ofrece, esa violencia se vuelve indolora, expresada por el agotamiento, la fatiga y la asfixia del exceso (Han, 2012), creyendo que son la satisfacción del esfuerzo y la superación.

Bajo estos argumentos, continuar con los modelos y actividades educativas actuales, parece que agudiza una “violencia saturativa” contra el estudiante. Por eso Han considera que es necesario pensar en el diseño de una nueva forma de vida, que incluya momentos contemplativos, con los que se pueda afrontar la crisis actual de nuestra sociedad y frenar nuestra propia explotación y la destrucción de la naturaleza (Han, 2023).

Análisis del cortometraje

"Medalla al empeño"

Norma Angélica Islas Salinas



los actores profesionales, decorados, rodajes en estudios, entre otros. Lo que buscaban era afirmar la idea de captar la verdad cinematográfica permitiendo al espectador conocer una verdad más profunda que no puede ser percibida por el ojo.

A partir de estos antecedentes expuestos hoy, podemos afirmar que cada pieza cinematográfica tiene el poder de transmitir, emocionar y reflejar ciertos aspectos de la sociedad en la que vivimos, es un espejo de nuestra propia realidad donde vemos reflejados los contextos socioculturales, las costumbres, las ideologías, los estereotipos, las formas de expresión, entre otras que subsisten en las sociedades.

Este espejo es posible gracias al trabajo realizado por actores, guionistas, directores y productores a través de las películas y de su trama. Cada película tiene la intención de enseñar a su público un problema, un conflicto, una desigualdad o por el contrario, un logro, una superación o un esfuerzo acerca de un tema presente en la sociedad.

La primera función de un filme es la de entretener, volverse un medio de distracción o dispersión social en medio de una vida de ajetreo causada por la ejecución de las actividades cotidianas y los largos y pesados desplazamientos de un lugar a otro para el cumplimiento del rol social que cada persona debe desarrollar.

Otro aspecto importante del cine es el de influenciar en la opinión pública de la sociedad al abordar temas sociales o políticos a través de

El 28 de diciembre de 1895 es la fecha que marca el inicio del cine, los hermanos Lumière proyectan en un pequeño salón, en París, diez películas cortas, entre ellas: "Salida de los obreros de la fábrica", considerado la primera película. Este filme captura a los trabajadores saliendo de la fábrica Lumière al final de su jornada laboral y de acuerdo a Sara Pérez, en el momento, estaba reflejando cómo era la sociedad francesa de la época: el trabajo de la clase obrera en esa época y una representación temprana de la vida urbana y la industrialización que estaba en marcha en Europa.

A finales de 1919 en Rusia, como protesta en contra del cine de ficción, los cineastas Dziga Vertov, Elizabeth Svilova y Mikhaïl Kaufman empiezan a promover una revolución artística por medio del cine a través del grupo Kinoki que se puede traducir como cine-ojo. Estos jóvenes cineastas rechazan los elementos del cine convencional como la escritura del guión,

los cuales pueden despertar conciencia sobre problemas importantes, fomentar la discusión y, en muchos casos, impulsar cambios en la sociedad.

El cine forma parte de un contexto socio histórico que está reflejado en la realización de las historias. Para entender estos aspectos a continuación haremos un análisis del cortometraje “Medalla al empeño” de Flavio González Mello que refleja la cultura del mexicano y su falta de honestidad.

Cortometraje: Medalla al empeño

Año: 2004

Duración: 8 min.

País: México

Dirección: Flavio González Mello

Guión: Flavio González Mello

Música: Gerardo Australia

Reperto: Juan Manuel Bernal, Farnesio de Bernal, Martha Navarro Cayón, Noé Alvarado, Ximena Sánchez, José Sefami

Productora: Calabazitaz Tiernaz

Sinopsis: Tener que ir a una casa de empeño puede ser algo triste ya que es natural que duela desprenderse de alguna pertenencia. Debe ser difícil empeñar los momentos felices, la dignidad, sus tesoros, los triunfos y glorias, que la gente deja en las ventanillas, donde los usureros les ponen precio a esos recuerdos y el poder salir adelante es cuestión de empeño...

Dentro del programa “los protagonistas” de Azteca Trece, en las olimpiadas de Atenas 2004, se realizaron una serie de cortometrajes para promocionar las olimpiadas. Este corto fue rodado con este fin.

La historia nos muestra a un empleado del monte de piedad, su trabajo lo hace de mala gana, valúa los objetos por debajo de su valor real.

A la ventanilla llega un viejo, lleva a empeñar una medalla de oro, el empleado manda llamar al

valuador de oro, pero el viejito comienza a contarle su historia, de cómo ganó la medalla. El empleado poco a poco cambia su actitud y entra en la historia que le narra el señor. La medalla la ganó en la olimpiada de Helsinki 52, en la competencia de los 100 kilómetros en ciclismo. El anciano llegó a la olimpiada sin tener una gran carrera deportiva, trabajaba como repartidor de leche, un amigo lo invitó a una competencia y así ganó dos o tres competencias que le permitieron llegar a las olimpiadas, el favorito de la competencia era Blas, la batidora Blinkman de Finlandia.



El viejo cuenta la forma en cómo le ganó en los últimos 200 metros y la celebración del equipo mexicano y cómo a su regreso a México, el presidente lo recibió como un héroe y la promesa de regalarle una casa y un auto, pero por el cambio de sexenio no recibió nada.

El empleado conmovido por la historia le da dinero al señor sin tomar la medalla y aumentando el dinero entregado en otro objeto empeñado. El empleado le dice al viejo que es la deuda que tenía el país con él. El medallista se va y el empleado al acomodar los objetos empeñados ve una batidora marca Blinkman y entiende todo, el viejo no compitió en las olimpiadas y no existía el ciclista finlandés Blas Blinkman.

El análisis de este cortometraje se realiza a partir del contexto sociocultural en el que se filmó y los rasgos ideológicos de los personajes.

Estos aspectos se analizan para mostrar la cultura de los mexicanos reflejada en el cine, para destacar principalmente cómo la mentira es parte de nuestra idiosincrasia y de nuestro *modus vivendi*.

El empeño de prendas es una de las prácticas sociales más comunes de la clase media de México, desde 1775 que se fundó el Nacional Monte de Piedad, miles de mexicanos asisten a éste, para obtener dinero prestado a cambio de una prenda de valor. Estas prendas pueden ser muebles, electrodomésticos, aparatos electrónicos, alhajas, juguetes, entre otros.

Tan importante es esta práctica en México, que las casas de empeño han proliferado en los últimos 10 años de manera considerable en el país, así lo afirma el reportaje Casas de empeño de EU prosperan en México, así mismo se afirma que para millones de mexicanos necesitados de crédito, el empeño, es la única alternativa para obtener un préstamo.

Por otra parte en el cortometraje vemos la mentira como el protagonista principal de nuestra historia. El viejo miente, el empleado miente al aumentar el valor y el dinero prestado de un electrodoméstico empeñado. “La mentira y el engaño son parte de nuestra cultura; mentimos para evitar el sufrimiento del otro; mentimos para persuadir y tomar ventaja (mentira interesada); mentimos para evadir la realidad; mentimos para quedar bien con los otros; mentimos para ser políticamente correctos; mentimos para ocultar lo que no sabemos; mentimos por miedo al qué dirán, pero finalmente, una mentira es una mentira.” Lo afirma Gemma Bustamante Vallín.

El cortometraje “Medalla al empeño” se realizó en un contexto de entretenimiento con motivo de las olimpiadas de Atenas 2004. Este documental, tiene inmersa una ideología que se trasmite a partir de la situación expuesta. Marca muy bien la gran problemática de los

mexicanos sin recursos financieros que recurren al empeño y por el otro lado muestra el punto clave de la cultura del mexicano: la mentira.

A pesar de que la producción del cortometraje tiene 20 años, su temática sigue siendo actual y su aceptación por parte del público es notable a partir de mostrar en una comedia ligera esta representación social de los mexicanos.

Para concluir quisiera terminar con dos preguntas a modo de reflexión personal: ¿La mentira es algo que caracteriza a los mexicanos? ¿Como comunicólogos, creadores de contenidos, podemos ser propositivos en la búsqueda de la verdad dejando de lado la mentira?

REFERENCIAS

-Bustamante Vallín, Gemma. (3 de abril de 2013) “¿Mentira o “deber ser” en los estudios de opinión?” AMAI. Obtenido el 12 de noviembre de 2015 desde: [http://blog.amai.org/index.php/mentira-o-deber-ser-en-los-estudios-de-opinion/Cine_club_lenguas_\(14_de_octubre_de_2009\)_Medalla_al_empeño_cortometraje](http://blog.amai.org/index.php/mentira-o-deber-ser-en-los-estudios-de-opinion/Cine_club_lenguas_(14_de_octubre_de_2009)_Medalla_al_empeño_cortometraje). Obtenido el 10 de noviembre de 2015 desde: <http://cineclublenguas.blogspot.mx/2009/10/medalla-al-empeno-cortometraje.html>

-Cruz Vargas, Juan Carlos. (19 de diciembre de 2012) “Falta de ahorro provoca aumento de casas de empeño: Neme”. Proceso. Obtenido el 11 de noviembre de 2015 desde: <http://www.proceso.com.mx/?p=328360>

-EIU. (27 de diciembre 2005) “Casas de empeño de EU prosperan en México”. Periódico la Jornada. Obtenido el 11 de noviembre de 2015 desde: <http://www.jornada.unam.mx/2005/12/27/index.php?section=economia&article=020n1eiu>

-Palumbo, Antonio. (28 de abril 202) “El Cine-ojo Kino-Glaz”. Heterodoxia. Obtenido el 30 de septiembre de 2024 desde: <https://www.heterodoxia.cl/2021/04/28/el-cine-ojo-kino-glaz/>

-Pérez González, Sara Beatriz. (10 de febrero de 2024) “El cine: un espejo de nuestra sociedad”. El generacional. Obtenido el 30 de septiembre de 2024 desde: <https://elgeneracionalpost.com/cultura/2024/02/10/130048/el-cine-un-espejo-de-nuestra-sociedad.html>

De brujas malvadas, princesas superficiales y madres abnegadas.

Reflexiones en torno a la violencia estética

Mariana Campos Estrada

La **belleza** es una categoría social, establecida de acuerdo al contexto y cambiante en relación a cada momento histórico, diferente para cada cultura, valorada individualmente utilizando lo antes mencionado. Sin embargo, cuando se piensa en una persona bella y, por lo tanto, aceptada en cualquier círculo social, la imagen a la que se recurre responde a una representación socialmente construida y aceptada en la que los principales elementos son la juventud, la delgadez, la piel clara, el cabello lacio, acompañada de una actitud dócil, dulce y abnegada. En esta percepción de belleza, los cuerpos y edades diversas no entran, a pesar de los discursos de inclusión difundidos en los medios de comunicación y validados a través de las redes sociales, estos no llegan a la práctica, en palabras de Durkheim lo diferente se vuelve patológico y, por lo tanto, excluido.



Lipovetsky (2000), explora esta perspectiva desde el enfoque de la sociedad de consumo, misma que somete la belleza corporal femenina a las exigencias derivadas de los medios masivos de comunicación, del mercado y los estereotipos de cada cultura, añadiendo un peso más a la vivencia de ser mujer, traducándose en prácticas violentas relacionadas con la belleza que propician la exclusión y discriminación de quien no cumpla con los cánones aceptados. Esto tiene un efecto expansivo, parecido a las ondas que se forman al arrojar una roca al agua, generan otras problemáticas, alcanzan cada esfera que conforman a las personas, especialmente a las mujeres, dañan profundamente la forma en la que se perciben a sí mismas, como perciben a los demás y su forma de interactuar.

La **violencia estética** es un concepto reciente, se define como “...un tipo de agresión o presión social que se ejerce sobre las personas, especialmente las mujeres, en relación con su apariencia física y su conformidad con los estándares de belleza tradicionalmente impuestos por la sociedad...” (Rodríguez, 2023). De acuerdo con María de Jesús López Alcaide (Cfr. Herrera, 2023), para comprender el fenómeno de la violencia estética, es necesario primero en entender la **interseccionalidad**¹. El Instituto

¹ También llamada discriminación múltiple, expresión definida por primera vez en el 2001, en la Conferencia de Naciones Unidas contra el Racismo, la Discriminación Racial, la Xenofobia y la Intolerancia, celebrado en Sudáfrica (INMUJERES, S/F).



Nacional de las Mujeres la define como “...una categoría de análisis para referir los componentes que confluyen en un mismo caso, multiplicando las desventajas y discriminaciones. Este enfoque permite contemplar los problemas desde una perspectiva integral, evitando simplificar las conclusiones...” (INMUJERES, S/F), esto quiere decir que las personas pueden sufrir discriminación por múltiples factores, incrementando el riesgo de vulnerabilidad. Tal como argumenta la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés), en su recomendación general 25°:

«Las mujeres pertenecientes a algunos grupos, además de sufrir discriminación por el hecho de ser mujeres, pueden ser objeto de múltiples formas de discriminación por otras razones, como la raza, el origen étnico, la religión, la incapacidad, la edad, la clase, la casta u otros factores. Esa

discriminación puede afectar a estos grupos de mujeres principalmente, o en diferente medida o en distinta forma que a los hombres. Quizás sea necesario que los Estados Partes adopten determinadas medidas especiales de carácter temporal para eliminar esas formas múltiples de discriminación contra la mujer y las consecuencias negativas y complejas que tiene.» (CEDAW, 2004. S/P)

Habiendo definido a la interseccionalidad, su relación con la comprensión del término de violencia estética casi parece evidente. Las esferas que forman la interseccionalidad de la violencia estética son el sexismo, la gerontofobia, el racismo y la gordofobia, esferas que han sido maquilladas desde lo que se presenta en los medios de comunicación, minimizadas y apropiadas por la sociedad a través de diversos mecanismos como los memes, chistes o personajes presentes en distintos contenidos. Como **ejemplo** esta el caso de Alexa Moreno, gimnasta mexicana quien se le cuestionaron sus habilidades deportivas solo porque la sociedad no consideraba que tuviese el cuerpo estereotípico de una gimnasta, el caso de Yalitza Aparicio, actriz y activista indígena mexicana que fue criticada por usar ropa de las grandes casas



de moda como Cartier, Prada, Carolina Herrera , Michael Kors solo por mencionar algunas, lo que destapó la enorme intolerancia y racismo a nivel mundial, se debe recordar que la revista *Hola* modificó sus características físicas al grado de dejarla irreconocible en una portada de 2019, y a nivel local, ya que la sociedad mexicana atacó directamente a la actriz por no considerarla digna de portar aquellas prendas además de cuestionar su nominación al Óscar como mejor actriz solo por ser indígena.

Otros ejemplos de violencia estética son el de Emma Thompson, actriz inglesa que fue duramente cuestionada por mostrar su cuerpo desnudo a los 63 años y aceptar rodar una película que aborda la sexualidad de una mujer viuda de la tercera edad en el rodaje “*Buena suerte, Leo grande*” o lo ocurrido recientemente en los juegos olímpicos de París 2024 con la boxeadora argelina Imane Khelif de quien su imagen y habilidades en el boxeo se consideran demasiado masculinas, llegando incluso a acusarla de ser una boxeadora trans, acosada por figuras públicas como Elon Musk y J.K Rowling.

Ejemplos como los antes mencionados son solo algunos de los miles que podrían recopilarse a través de la historia y son una pequeña muestra de lo que viven millones de mujeres en el anonimato alrededor de todo el mundo, limitando su participación en diferentes áreas de la vida social, supeditándolas a lineamientos estéticos que son inalcanzables en la mayoría de los casos, aunque es importante destacar que, independientemente de la condición económica, la raza, el nivel educativo, la edad o la condición física, las inseguridades que despierta la violencia estética en las mujeres muchas veces evitan que tengan una autopercepción positiva, propician que se excluyan de manera voluntaria de la vida social además de propiciar la aparición de hábitos y prácticas que dañan su salud mental, física y emocional, como los desórdenes alimenticios (anorexia, bulimia, vigorexia, entre otros), las cirugías estéticas (modificaciones faciales,

liposucción, aumento de glúteos o senos, etc.), los procedimientos estéticos en condiciones sanitarias deficientes o la utilización de materiales dudosos (inyecciones para modificar cualquier parte del cuerpo, bichectomía, bótox, faciales abrasivos), teñirse o modificar el cabello constantemente para tapar las canas, independientemente del daño que hace al cuero cabelludo y a la salud de las personas, a pesar de que no están ligadas necesariamente a la edad, las dietas intensivas ; la lista podría nunca terminar. Despertando una sensación de insuficiencia e insatisfacción de las que es difícil desprenderse.



En este escenario funesto y lúgubre también es importante destacar la función de los medios no como agentes que propician esta situación, sino como posibles agentes de cambio ya que al darle voz e imagen a causas que están tratando de eliminar esta tendencia mediante el empoderamiento que da la aceptación y el cuidado del cuerpo desde la concientización de las diferencias, las capacidades individuales y el contexto particular de cada persona. Desde esta perspectiva se comprende que cada sujeto es distinto y, por lo tanto, es ilógico que se generalicen los estándares de lo que es bello, estético o funcional, la riqueza de la sociedad y de todas las culturas radica precisamente en esas diferencias.

Algunos movimientos y opiniones que ha sacudido a la sociedad a través de los medios de comunicación son el movimiento body positive que surge en la década de los 60's como protesta a los cuerpos mostrados en las revistas de moda, en movimiento de los cuerpos diversos o el movimiento de body neutrality que han invadido la industria de la moda con modelos de todo tipo de cuerpo y complejión física, lo que le da representatividad a la mayoría de las personas, cabe destacar también el revuelo que han causado algunas actrices como Kate Winslet, Kirsten Stewart, Andy McDowell, Helen Mirren, Ana Martin, entre otras, que han protestado abiertamente sobre las imposiciones estéticas absurdas del mundo del espectáculo, enfatizando que éstas prácticas solo generan estándares inalcanzables para cualquier persona y que a ellas les ha costado su salud física, mental y emocional, vulnerando a las personas en su anhelo de aceptación y participación social.



Romper con la violencia estética es fundamental para acabar con la idea de que las mujeres solo pueden ser brujas malvadas porque se atreven a ponerse en contra del sistema o ser diferentes estéticamente, princesas superficiales por cuidar su físico y buscar estar conformes con él o madres abnegadas que anteponen la maternidad sobre sus necesidades, es imperante acabar con la idea de

que estos conceptos compiten entre sí. Pueden ser todo al mismo tiempo, o ninguna de esas opciones si no les place, solo se deben recordar esas diferencias y devolver al mundo y a la sociedad esa capacidad de aprecio por la diferencia, para ver personas, solo personas, no cuerpos.

REFERENCIAS

- Comité para la Eliminación de la Discriminación Contra la Mujer (CEDAW). (2004). Recomendación general 25°. Disponible en: <https://www.refworld.org/es/document-sources/un-committee-elimination-discrimination-against-women-cedaw>
- Herrera, P. (2023). Violencia estética: atacar a las mujeres por su físico, en global, UNAM, México. Disponible en: https://unamglobal.unam.mx/global_revista/violencia-estetica-atacar-a-la-mujeres-por-su-fisico/
- Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES), (S/F). Glosario para la igualdad. Disponible en: <https://campusgenero.inmujeres.gob.mx/glosario/terminos/interseccionalidad>
- Lipovetsky, G. (2000). La era del vacío. Ed. Anagrama: España. 51 Pp.
- Revista Hola. (21 de febrero de 2019). Disponible en: <https://www.hola.com/actualidad/oscar/20190221137845/yalitza-aparicio-portada-hola-moda-oscar-moda/>
- Rodríguez Mon, F. (2023). Violencia estética: ¿qué es y cómo puede afectar a una persona? Disponible en: <https://www.terapiay.com/violencia-estetica/>

De ritmos, velocidades y respuestas. Algunas alocuciones reflexivas a propósito de la IA

Ismael Colín Mar



la convertimos en fuente de vida, para legitimar nuestra pertenencia a la cultura y a la vida en comunidad.

No escapa a estos pasajes la percepción del movimiento que se expresa como una forma de circulación ora con rapidez, ora con calma; la velocidad de los momentos que traducimos permanentemente para alcanzar metas y objetivos humanos. Acá la concepción más allá de la física de los cuerpos, es la física de lo humano de las causalidades a las casualidades, quizá en aparente lucha con el tiempo y quizá de la distancia. En esta traducción los cambios sociales se han acelerado y han transformado muchas de las prácticas sociales, nos sometemos a una velocidad impresionante para alcanzar metas y objetivos que la vida moderna nos exige.

Siempre hemos estado en constante lucha con el tiempo aun cuando no precisamos su significado, solo lo hacemos a través de la experiencia de vida, de las actividades que desarrollamos, de los días de divertimento, de estudio, de luto, de oración e inclusive como una representación numérica, de distancia, de peso, de volumen, de edad; en suma, no tiene existencia propia sino a través de lo que queremos representar. En esta idea, la lucha reside porque queremos controlarlo, si, en efecto, dominarlo para según nuestra necesidad establecer parámetros de vida.



Dentro de esta interpretación se encuentran los ciclos de la vida natural y social que se representan a partir de la percepción de la temporalidad; una especie de ritmo que supone ser una permanente repetición de las prácticas de la vida cotidiana. Este hacer recurrente marca la cadencia de los acontecimientos sociales y fenómenos de la vida natural. En sentido estricto, desde siempre consideramos que la tradición como acto y acción de la memoria histórica de un lugar, nos permite conformar nuestra identidad en toda la extensión de la palabra, por ello, la reciclamos y

Pero de qué trata todo esto del ritmo, de la velocidad; que tiene que ver con la respuesta. En general son expresiones que la ciencia moderna considera como parte de su evidente capacidad resolutoria, es decir, la actividad científica, no la ciencia, está llamada a resolver y explicar los problemas de la vida natural y social. Este propósito se funda en la idea de que lo único alcanzable por el ser humano a través de la actividad científica es la certidumbre -muy devaluada por cierto y más aún después de la emergencia sanitaria-; aquello que nos daba tranquilidad, porque la verdad científica siempre estaba delante de lo que podía ocurrir o al menos podía tener una respuesta asequible para nuestra angustia.

Con el avance tecnológico que se ha mostrado ya desde hace algunas décadas, nuestra percepción de la vida se ha vuelto muy inmediata, es decir, no hay espera, todo tiene que disponerse en el momento, pero así mismo es fugaz la sensación de lo nuevo de la expresión innovadora de la ciencia. De manera reciente la aparición de la Inteligencia Artificial (IA) justo eso manifiesta, la dimensión temporal se fractura, en alusión a la velocidad de respuesta que ofrece dicha herramienta. Pero vale la pena considerar si todo el esfuerzo del pensamiento humano se reduce a esa respuesta pronta y expedita, donde queda entonces el proceso reflexivo que no está supeditado a la rapidez, sino a la pausa, al goteo mental y al asombro del pensamiento. En esta idea, vale la pena hacer altos estratégicos para conocer los alcances en el uso de la IA, que, si bien resuelve y acelera procesos, no debe sustituir la capacidad reflexiva del sujeto, condición irrenunciable de la humanidad.



La importancia de la comunicación no verbal en una entrevista de trabajo

Carolina Zárate Henderson

La comunicación actual ha dejado de ser meramente técnica para convertirse en una comunicación asertiva y empática, ya que gracias a esas cualidades se ha fomentado la cordialidad y la comprensión. Por eso, la comunicación se ha vuelto un tema demasiado interesante porque, aunque no se digan discursos verbales, inconscientemente se habla con el cuerpo, el rostro y las emociones, que en todo momento están enviando información.

Al momento de incursionar en el campo laboral la comunicación cada vez es un mayor reto, en tanto que, sin importar que si es durante la carrera universitaria o al egresar de ella, la persona se enfrenta a situaciones como la entrevista de trabajo, que al ser una experiencia nueva, puede causar nervios e incertidumbre, influyendo en la primera impresión que de ellos tienen los demás, por lo que parece necesario cultivar la comunicación no verbal para saberse comunicar sin palabras, y labrar una habilidad imprescindible, sobre todo en ese tipo de momentos que son decisivos para la vida.

En ese sentido Judy James, la autora de la Biblia del Lenguaje Corporal (2010), menciona que “solo hacen falta cuatro segundos para captar la atención de alguien”, subrayando la importancia de interpretar señales no verbales en contextos profesionales. De hecho, la imagen que se proyecta es una herramienta crucial. Estudios revelan que el 55% de la comunicación no verbal en una entrevista proviene del lenguaje corporal, mientras que las palabras representan solo el 7%. La clave está en transmitir confianza, ya que la

impresión inicial define cómo se es percibido por el entrevistador. En consecuencia, es imperante la generación de una imagen congruente y sincera que logre reforzar la credibilidad y refleje las mejores cualidades de la persona.

En entrevistas de trabajo, negociaciones o reuniones, la postura, el contacto visual y los gestos que cada uno logre imponer, pueden marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso. Por ello ante lo que destaca, Rulicki (2012) de que “el cuerpo es un ‘mapa viviente’ que expresa nuestras experiencias emocionales y culturales’. Por lo tanto, se proponen los siguientes tips de comunicación no verbal para lograr que tu próxima entrevista sea todo un éxito.





1. Lo principal es cuidar tu lenguaje corporal ya que el cuerpo no deja de emitir nunca mensajes, mantén una postura erguida y evita movimientos nerviosos; tu cuerpo habla incluso cuando estás en silencio.

2. Se congruente con lo que dices y haces. ensaya tus respuestas para reducir la improvisación y asegura que tu tono de voz (paralingüística) tu mensaje.

3. La imagen física comunica, habla por nosotros, en ella se vierten nuestras cualidades a destacar así que cuidar de nuestra imagen es una estrategia clave para vendernos mejor. Piensa en cómo tu estilo refleja tu personalidad.

4. No te vistas pensando en cómo me veo, más bien define qué quieres proyectar para el puesto, para ello infórmate lo más que puedas sobre la empresa. “vístete para el puesto que quieres”. Analiza cómo se visten los empleados y adapta tu estrategia de imagen en consecuencia.

5. Evita interrumpir y demuestra respeto mediante el contacto visual y una postura receptiva. Responde solo cuando sea tu turno, cuidando el tono y la velocidad de tu voz para transmitir profesionalismo.

6. Una sonrisa genuina rompe barreras y genera empatía. Acompaña tu expresión facial con palabras positivas sobre cómo puedes aportar valor a la empresa.

7. Cuida tu puntualidad, es clave para mostrar respeto por el tiempo del entrevistador. Llega con al menos 10 minutos de anticipación para adaptarte al entorno y relajarte antes de iniciar.

8. Acepta lo que te ofrezcan con actitud positiva, si te ofrecen algo durante la entrevista, muestra disposición y agradecimiento.

9. Prepara tu curriculum, siempre es útil demostrar preparación, llevar una copia demuestra organización y previsión, es un detalle que puede marcar la diferencia en situaciones inesperadas.

10. Simplemente se TÚ, la autenticidad es tu mejor aliado, no olvides agradecer la oportunidad y reafirmar el interés por el puesto.

Todos estos puntos, bien combinados, conforman la herramienta más poderosa para comunicar e influir en la percepción que los demás tienen de nosotros, causando una buena impresión en el entrevistador.

Por tanto, el lenguaje no verbal es una herramienta sigilosa pero poderosa en la comunicación humana. Como afirma Paul Ekman: «El cuerpo no miente». Así que la próxima vez que hables, presta atención a lo que tu cuerpo está diciendo, el lenguaje corporal no solo refleja quién eres, sino también quién aspiras ser.

En tu próxima entrevista, convierte esa oportunidad en el primer paso hacia tu éxito.

REFERENCAS

-Ekman, P. (2003). *El rostro de las emociones*. RBA.

-Rulicki, S. (2003). *Comunicación no verbal: Cómo la inteligencia emocional se expresa a través de los gestos*. Granica.

-James, J. (2016). *La Biblia del lenguaje corporal: Guía práctica para interpretar los gestos y las expresiones de las personas*. Paidós.

La libertad de la escritura en la investigación

Brenda Angélica Molina Garduño

La investigación es un camino hermoso que en primer lugar ayuda al investigador a ampliar su conocimiento, pero lo más valioso es que también aporta a la sociedad una nueva visión, un análisis, una respuesta, una solución a un fenómeno o hecho, pero alguna vez te preguntaste ¿Por qué investigamos en la manera en que se nos enseña en la escuela?, o ¿Cómo surgió una determinada forma de hacer investigación?

Este artículo pretende darle al lector una visión en torno a la libertad de la escritura en la investigación, con una crítica a las limitantes dentro de la misma; para abordar nuevas formas de escritura para la investigación.

Primero hay que tener en claro un hecho, que seguramente pesa más en todos aquellos que elegimos como profesión a las ciencias sociales y es que el conocimiento a lo largo del tiempo es y ha sido dictaminado por las ciencias naturales, el tener presente que Wallerstein identificaba un eurocentrismo y un foco hegemónico europeo en las ciencias sociales, lo que pone a los países latinoamericanos en una dependencia intelectual; en segundo lugar tomar en cuenta que muchas veces la forma de escritura se limita, se hace abstracta, incompresible para el público e inclusive rigurosa; la construcción de investigación se basa en reglas que pone la misma academia. La forma de investigar se convierte en algo similar a ejercer un sistema de poder económico y político alrededor del mundo, imitando a los países hegemónicos.



El conocimiento se vuelve mercancía en una sociedad de consumidores, como lo abordaba Bauman (2012), por tal motivo se presenta la búsqueda de la publicación de mayor cantidad de artículos, que sean aceptados y citados por otros investigadores, traduciéndolo en éxito académico (Luque).

Pau Luque Sánchez afirma que en el siglo XX se dan grandes avances provenientes de la investigación en las ciencias naturales a través del método científico, lo que hace que adquieran un enorme prestigio. Los investigadores empiezan a recibir financiamiento, se homogenizan los criterios en las ciencias naturales para las humanidades, fomentando el monismo donde sólo hay una respuesta objetiva. The Royal Society de Inglaterra manifiesta ir en contra de las metáforas y del lenguaje retórico al momento de investigar, por lo cual se exige un lenguaje claro y preciso.



Se valorizan los niveles de abstracción en la investigación para demostrar que se está diciendo algo nuevo. Es la misma institución la que se encarga de reproducir académicos que garanticen su supervivencia, se generan mercenarios en la academia donde el ser original es imitar a los gringos y el mercado castigará todo lo que no reporta un beneficio económico.

Se imponen modos de escritura, verdades, así como conocimiento de acuerdo con el mundo académico que domina.

“Lo que nosotros hacemos, cada día, es escribir y leer, hablar y escuchar. Y podríamos decir, a partir de ahí, que el conformismo lingüístico está en la base de todo conformismo... Y podríamos decir también que no hay revuelta intelectual que no sea también, de alguna forma, una revuelta lingüística, una revuelta en el modo de relacionar la lengua con nosotros mismos... O sea, que no hay modo de “pensar de otro modo” que no sea también “leer de otro modo” y “escribir de otro modo” (Larrosa, 2023, p.1).

¿Cómo generar nuevas formas de investigación?

Se proponen nuevas maneras de escritura en la investigación como lo es retomar la literatura a la hora de producir conocimiento académico, usar crónicas e historias con el fin de hacer comprensible la investigación.

Marx en 1844 empezaba su investigación con el Fausto de Goethe; Durkheim aporta distintos ejemplos del suicidio en la literatura; Foucault empieza su libro argumentando que había nacido de un texto de Borges; Bauman anticipa aspectos sociales a través de la literatura y el arte; mientras que Engels afirma haber aprendido más de la historia de Francia leyendo a Balzac que en los mismos libros de historia. Por lo tanto, la literatura también crea conocimiento al ser más libre y ocupar la imaginación para detectar problemas sociales sin la rigurosidad de la investigación. La validez de la crónica, el análisis etnográfico y de un relato literario como formas de investigación, como se muestra en el libro de Lois Wacquant: Entre las cuerdas. Cuadernos de



la Investigación y cierro este artículo con una reflexión de Pau Luque: las Humanidades son un acto de contar historias, por lo cual es necesario remontarnos a la antigua Grecia donde estas ciencias se ligaban al ágora democrático que era público, de esta manera todos construían conocimiento, he ahí que es necesario buscar nuevas formas a la hora de investigar para atraer, así como para estar cercanas con la sociedad a la cual nos dirigimos.

REFERENCIAS

-Bauman, Z. (2012). *Vida de Consumo*. México: (Libro digital ed.) Fondo de Cultura Económica.

-Eraña, Á., & Barceló Aspeitia, A. A. (2016). *Knowledge as collective activity*. *Tópicos, Revista de Filosofía* 51, 9-35.

-Larrosa, J. (2023). *El ensayo y la escritura académica*. *Revista Propuesta Educativa*, 26, B.

-Luque, P. (s.f.). *Las humanidades como lenguaje público*. Instituto de Investigaciones Filosóficas, UNAM.

-Mitnick, G. W. (2023). *El lenguaje y la escritura de la investigación*.

-Sánchez, P. L. (2023). *La relevancia de las Humanidades*.

un aprendiz de boxeador. Quien expone ejemplos de cómo el investigador al verse inmiscuido en la problemática se vuelve también objeto de estudio, lo que constituye un nuevo modelo de escritura.

Es importante resaltar que el papel de las humanidades y ciencias sociales, con una función de contrapoder, necesarias para una vida culta y civilizada, por lo que se debe defender el lenguaje de la imaginación que promulga la literatura, así como la habilidad de hacerla comprensible a todo el público, de otra forma queda privatizada a unos cuantos sectores. Por eso, es importante gestionar maneras libres para la investigación, así como la interdisciplinariedad que abordaba Pablo González Casanova, sin que para hacerlo pierdan de la fundamentación teórica que le caracteriza, pero cumplan con la diversidad de finalidades: aportar un tema nuevo, un análisis, una resolución a un problema u otras cuestiones que sirvan de beneficio para la humanidad y la sociedad. Dejo a consideración del lector tomar en cuenta lo dicho en estas páginas para fomentar la creatividad en

La agonía social

Mariela Enríquez Guadarrama

En la actualidad hallamos una sociedad en la que la responsabilidad por el conocimiento es menospreciada, pareciera que hemos llegado a una era en la que el deseo de poseer artículos convertidos en moda es mayor al deseo de saber, a la sed de querer aprender.

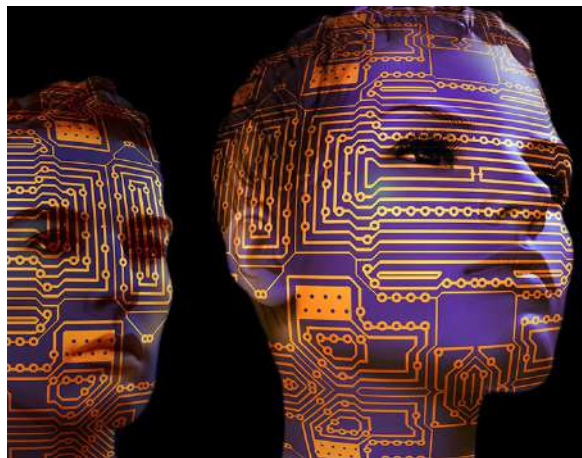
Son cada vez más los suscriptores a plataformas digitales sin aporte intelectual y menos las personas inscritas a talleres, diplomados, cursos que nos conduzcan a la posesión del conocimiento.

Una sociedad o un país civilizado se caracteriza por tener un sistema de gobierno, una cultura y un estilo de vida bien desarrollados, que tratan a las personas que viven allí de manera justa.

Y entonces cuestiono ¿dónde está la sociedad civilizada? ¿quiénes la conforman? ¿cuántos años hacen falta para que exista una evolución de las capacidades cognitivas, que permitan un estilo de vida bien desarrollado? ¿cuáles serían las nuevas plataformas e invasión tecnológica que nos haga precursores de una civilización con miras al bien común?, para con ello lograr la preservación de nuestra especie por muchos siglos más, ¿cuáles son las estrategias correctas para plantear en el individuo que el éxito del otro es también éxito propio, que si le va bien a uno le irá bien a quienes le rodean?

Y es que cómo negarle al individuo su ambición de poder y posesión material, si por años ha estado sumergido en ese estado de miseria, que lo ha lacerado, castigado, herido,

menospreciado y conducido a la perversidad de prostituir su dignidad. Vende su cuerpo, su estado emocional, su convicción a cambio de suponer hacer feliz a otros, de obtener likes en páginas que pasarán de moda o en el futuro tendrán registro de la actividad histórica de sus quehaceres de hoy y más que un recuerdo, reirá de sí mismo, ante la incredulidad de lo que fue capaz de hacer.



Y es que, cómo le decimos que estudie, que trabaje, que se prepare o que aprenda, si los poderes políticos han procurado por años intereses particulares y propios, hacen parecer que se invierte mucho en educación, pero poco se sabe si los recursos se ejecutan de forma correcta, en consecuencia; se trabaja poco por la generación de fuentes de empleo con salarios dignos y la buena calidad de vida del conjunto social.

¿Por qué nos negamos al aprendizaje significativo y al aprendizaje evolutivo?

La educación evolutiva es un modelo de enseñanza que busca adaptarse a las necesidades y características de cada individuo, teniendo en cuenta sus procesos evolutivos y su entorno social, cultural y emocional. Es una forma de aprendizaje que se enfoca en el desarrollo integral del ser humano, no solo en la adquisición de conocimientos, sino también en la formación de valores y habilidades sociales y emocionales (Rodríguez, 2023).

conocimiento, lo que a su vez conduce a un mayor desarrollo personal y social.

Existe entonces un modelo educativo que trabajará acoplándose a las necesidades del individuo, pero que no invierte en remuneraciones justas para motivar el saber y despertar el interés por el conocimiento.

Todo ello es un trabajo conjunto que a mi parecer sólo podrá erradicarse cuando la sociedad justa exista, mientras ninguno trabajemos por una sociedad justa, el interés por involucrarnos en actividades sin aporte intelectual aumentará, dado que será la única forma de obtener recursos económicos que nos hagan cesar el hambre mientras las que son factores de desarrollo como la ciencia, tecnología, investigación, arte y cultura avanzarán de manera paulatina y al servicio de unos cuantos.

Este modelo de enseñanza se basa en la idea de que cada individuo es único y tiene un proceso evolutivo propio, por lo que la educación debe adaptarse a las necesidades y características de cada uno. De esta manera, se busca fomentar el aprendizaje significativo y la motivación por el

REFERENCIAS

Rodríguez, H. (2023). *Educación evolutiva: Una nueva forma de aprender*. FORMTIC servicios educativos. <https://formticmx.com/educacion-evolutiva-una-nueva-forma-de-aprender>.



La Comunicación Digital: Interacción Rápida y Eficaz

Joaquín Alberto Maldonado Molina



Según Gracia (2022) define a la Comunicación Digital como: “Aquella comunicación que se da por cualquier canal a través de las TICS (Tecnologías de la Información y Comunicación) y se transmite por medio de códigos de simulación y transmisión de información a un público definido”, esto quiere decir que en la actualidad y las tendencias, la comunicación es directa y los medios de comunicación digital son mediáticos; y las empresas las ocupan para poder llegar de mejor manera y eficaz a un consumidor determinado. Las tecnologías de la información y las comunicaciones han cambiado la manera en que nos relacionamos, tanto a nivel personal como social y empresarial.

En este artículo se quiere plasmar la importancia de conocer las herramientas que debe contener todo tipo de estrategia de comunicación digital y así poder generar un impacto positivo en

posicionamiento y auxilio a toda empresa y emprendedor que todo comunicólogo en su quehacer profesional puede realizar.

¿Qué es la Comunicación Digital?

Hoy en día año 2024 la comunicación digital se produce en entornos más difíciles ya que todo usuario emisor / consumidor se puede relacionar en tiempo real a través de diferentes vías y canales. Por consiguiente, la comunicación digital no es lineal, es decir tiene diferentes multicanales de comunicación.

Beneficios de la Comunicación Digital

Como se mencionó, la comunicación digital es de vital importancia para la actualidad, toda persona debe aplicarla tanto de manera personal como profesional y empresarial, por ello mencionaré algunos de los beneficios que, dentro



de mi experiencia como creador de estrategias pro internet puedo recomendar a mis alumnos o todas aquellas personas que quieren leer estas líneas. Según Europea (2022), la Comunicación tiene beneficios y genera habilidades, que se muestran a continuación.

1.- No hay barreras geográficas:

Por ser comunicación mediática toda persona o empresa tiene una comunicación directa y veraz en todo el mundo, esto ayuda a que muchos consumidores puedan ampliar sus marcas ya sea con productos y/o servicios en todo el mundo.

A mi parecer creo entender y aplicar que este beneficio es uno de los pilares, ya que la comunicación digital es un medio de comunicación e información mediática para tener al alcance de todos, lo requerido basado en las necesidades que llegamos a poseer como individuos, compradores y consumidores.

2.- Reduce costos de Mercadotecnia:

Entre otros beneficios la comunicación digital, ayuda a generar mejores estrategias de mercadotecnia en medios digitales.

3.- Creatividad y Versatilidad:

La Comunicación Digital brinda un amplio abanico de herramientas para expresar tu creatividad y transmitir tus mensajes de manera impactante. Cabe resaltar que para una comunicación digital se debe tener en cuenta una tipología visual para la buena transmisión.

Según Redalyc.com (2019), para la buena transmisión de mensajes es importante una codificación adecuada y para ello son

fundamentales los siguientes códigos:

- a) Código cromático: En dicho código hay que tener en cuenta los colores y la transmisión de los mismos, es decir, la psicología del color es muy importante e impactante para el consumidor al cual se dirige el mensaje de la comunicación digital.
- b) Código Tipográfico: Si estamos hablando que la comunicación digital se transmite en medios digitales, la tipografía (letra) es de vital importancia para generar un buen impacto y lectura del mensaje a lanzar a un mercado establecido es por ello que, se debe tener en cuenta la legibilidad de lo que vamos a colocar en nuestras imágenes y/ o publicidad y así sea entendible a nuestro lector.
- c) Código Fotográfico: La imagen, tanto ilustración como fotografía es muy importante para que nuestra comunicación digital tenga el impacto necesario y poder lo suficientemente atractivo para el lector o consumidor, se debe tener en cuenta la iluminación, un buen ángulo y sobre todo que sea atractiva, causando un efecto de deseo en lo que se va a transmitir y por consiguiente generar una buena comunicación digital a través de fotografías.
- d) Código Morfológico: toda comunicación digital debe contener una buena composición, con palabras coloquiales (bien acomodado) esto con la intención de que nuestro lector tenga la información necesaria para poder generar un impacto adecuado y que la legibilidad de la



publicidad o estrategia digital a generar sea la más adecuada.

4.- Interactividad y Participación:

La Comunicación Digital te ofrece la posibilidad de interactuar directamente y en tiempo real con tu audiencia, estamos en una generación y época en la que lo que hoy observas, lo puedes comprar y adquirir, de ahí la importancia de tener en cuenta una buena comunicación digital.

5.- Medición y Análisis:

Una de las grandes ventajas de la Comunicación digital es la posibilidad de medir y analizar los resultados de las acciones. Con las herramientas adecuadas puedes obtener datos precisos sobre el alcance, la interacción y el impacto de tus comunicaciones, lo que te va a permitir tomar decisiones informadas y corroboradas para armar tus propias estrategias.

¿Qué son los análisis digitales?

Son todas aquellas mediciones cuantitativas del desempeño del contenido en línea (internet) incluidas las campañas publicitarias, las redes sociales y los sitios web. Esto significa que los análisis digitales proporcionan información de fuentes digitales de cómo los clientes responden o interactúan con sus campañas, en palabras más o menos se aplica un feed back de respuestas para generar mejores estrategias de lo que se va a lanzar.

Creación de estrategias de análisis digital:

La creación del conjunto de estrategias se genera por la observación de su estadística de posicionamiento y venta, definir los indicadores clave de rendimiento (KPI) es el paso para garantizar que tus análisis comuniquen correctamente lo que deseas comunicar, inclusive

es válido poder ajustar y mejorar todo el conjunto de estrategias para garantizar los resultados aplicados a la codificación que se mencionó anteriormente.

Con todo lo mencionado, nos damos cuenta de la importancia de una buena comunicación y que todo estudiante de comunicación debe tener en cuenta. Las herramientas digitales son de vital importancia para tener impacto en el quehacer profesional y lograr una buena comunicación, para llegar a ser un líder en la creación.

Concluyendo estas líneas recomiendo que coloques toda tu creatividad, mantente en las tendencias de comunicación y publicidad siendo muy observador y no pierdas las ganas de seguir luchando por todo el contenido que en un futuro puedas generar, además, es importante seguirse preparando y escuchar siempre de manera correcta a tu posible cliente para poder satisfacer todo aquello que necesitas y deseo que se te presente a futuro.

REFERENCIAS

- Auropea, U. (02 de Septiembre de 2022). Comunicación y Marketing. Obtenido de ¿Que es la Comunicación Digital?: <https://universidadeuropea.com/blog/que-es-comunicacion-digital/>

-Gracia, E. G. (21 de abril de 2022). Comunicació Gigital: Origen. Obtenido de <https://comunicacio-xarxa.recursos.uoc.edu/es/2-1-que-es-la-comunicacion-digital-la-comunicacion-2-0/>

-Redalyc.com. (junio de 2019). Códigos Visuales . Obtenido de Comunicación Digital: <https://www.redalyc.org/pdf/819/81912006016.pdf>

Itinerarios Comunicativos

Araceli Camacho Ramos

Araceli: Estamos con el Maestro César Augusto Suhaste Ramírez, y el día de hoy vamos a viajar por los paisajes de la investigación-acción. ¡Bienvenido!

César: Hola, gracias por la entrevista, como ya se mencionó, soy César Suhaste, soy docente y subdirector de la Licenciatura en Comunicación y también ando en temas de investigación.

A: Bueno para empezar ¿por qué haríamos un viaje por la investigación-acción?

C: Creo que es un paradigma, una metodología que hasta la fecha al menos aquí en la Universidad Ixtlahuaca ha sido como un tanto olvidado, no se le ha dado el crédito, el valor que merece y por ello creo que sí sería importante conocer de qué va, cuáles son sus posibilidades y precisamente que nos puede permitir en este terreno de la investigación.

A: Para iniciar nuestro viaje, ¿qué echaríamos a la maleta?

C: De entrada, cómo decirlo...sería la iniciativa de querer mejorar nuestra realidad, eso sería la primera cosa que tendríamos que echar, llenarnos de iniciativa como para decir quiero cambiar las cosas, si tuviéramos que agregar una segunda cosa, yo creo que sería precisamente un problema



social, un problema que nosotros hayamos identificado y que digamos okay con esto vamos a empezar nuestro viaje. Ya tengo las ganas de cambiar la realidad, ya identifiqué el problema, ahora sí, comienza la aventura.

A: Al iniciar la aventura, ¿cuál sería nuestro punto de salida y de llegada?

C: El punto de salida precisamente considero sería el conocer. El conocer la problemática que queremos nosotros cambiar, solucionar y el punto de llegada principal sería al menos en una primera fase de la investigación la evaluación de los resultados. Es decir, parto de cómo estaba el problema y termino donde ya puedo evaluar,



A: Ahora, ¿qué tips podrías aconsejar para disfrutar el viaje?

C: Como en todo proceso de investigación pues elegir un tema que nos mueva, que sí nos haga sentir algo, que nos motive a que no se vuelva una carga sino una aventura, una experiencia, que si bien no es para gozarla al 100, al menos que no sea tediosa, que no sea pesada en el sentido de que nos está aburriendo, o se nos está haciendo innecesario, en ocasiones suele parecer así la investigación, cuando no es un tema que nos mueva, que nos despierte emociones, eso pues sería como lo principal para pasarla bien en este viaje.

Que sea un tema que sea de nuestro interés, me atrevo a decir que sea un tema poco explorado, porque de repente el no saber, el estar a la expectativa de qué cosas vienen, eso suele dar como cosas agradables, como sorpresas agradables en las que uno, pues no se esperaba toparse con ciertas cosas y eso lo hace interesante.

No sé, también particularmente en este paradigma de la investigación-acción, algo indispensable, también sería esa compañía, es decir, ¿quiénes nos van a estar apoyando? no solamente en la comprensión del problema, sino Incluso en ¿cómo lo vamos a ir resolviendo? ¿cómo lo vamos a ir pautando para que pueda ver en algún momento una resolución de las problemáticas y yo creo que con eso basta para aventarse y pasarla bien.

A: De igual forma, ¿qué tendríamos que evitar? Los errores u horrores.

C: Yo creo que los prejuicios, como en todos los casos, sobre todo cuando uno se enfrenta a temáticas en las que tiene ciertas nociones pero que no comprende del todo los temas, lo más próximo que se nos ocurre, es caer en prejuicios. Yo, por ejemplo, el proyecto que estoy realizando

cómo funcionó o no, según lo que yo haya hecho. Yo creo que al menos ahí podría ser un punto de llegada.

A: En función de ello ¿qué paisajes o qué lugares serían obligatorios y que no nos podríamos perder en la investigación-acción?

C: Bueno, creo que el contexto en sí mismo para poderlo experimentar, sentir un poco, tal como las personas que están sufriendo esa problemática, cómo lo viven y poderlo comprender no en su totalidad porque sería arriesgado querer ofrecer soluciones a un problema del cual no conocemos. Otro de los paisajes en esta analogía sería pues la gente misma, las personas que van a estar involucradas, decir tengo sí o sí que pasar con ellas; tengo que saber ¿cómo piensan? ¿cómo viven este problema? ¿quiénes son? ¿qué hacen? porque ellos también puede que sean parte de la solución del problema; y otra como estación, otro lugar que tendremos que visitar forzosamente, serían las instituciones, las organizaciones, sean públicas, privadas o de cualquier índole a las cuales podríamos nosotros recurrir y obviamente pues no dejar de lado visitar a los teóricos, los metodólogos. que son los que nos van a prestar las herramientas indispensables para entrarle de manera formal y científica a la problemática.

que tiene que ver con lo de la Feria de Ixtlahuaca y que tiene que ver con muchas celebraciones religiosas y por ejemplo la contaminación que se deriva de esas celebraciones como los cohetes, la música, el escándalo, yo voy de entrada con una negativa a esas cosas, pero que ya en el hecho de estarlo investigando como que he aprendido a entender a verlo como una manifestación cultural y ya no como algo escandaloso, cosas de estos prejuicios que a veces uno tiene y que dice uno no, no, no, hazlos a un lado, ese sería el primero.

Otra cuestión, sería el subestimar a las personas con las que vamos a interactuar, porque en estas metodologías algo que se requiere mucho es la colaboración de aquellos que están viviendo el problema como para poderlos solucionar, entonces pues aquí si es asumir como un liderazgo en el sentido estricto de la palabra, no ir de jefe, no ir a mandar, sino a ser parte del equipo, entonces tampoco subestimar los esfuerzos que los demás pueden hacer, las contribuciones que podrían dar, las perspectivas que ellos tienen, no, no es correcto y a la mejor otro de los errores en los

cuales no caer, en este caso, en la investigación, de repente uno trae todo su bagaje de teóricos, de conceptos y decimos, -no es que el autor dice que es así y es así; y ya cuando uno lo enfrenta en la realidad, ya como que uno ve que no encaja y a fuerzas queremos que encaje, entonces esa sería una de las cuestiones que se tendrían que evitar, el hecho de que no se tiene que adaptar la investigación a las cuestiones teóricas, sino más bien, al contrario, cómo la cuestión teórica puede operar en el proyecto de investigación.

A: Ahora retomando algo que ya habías mencionado, pero, para reafirmarlo. Este viaje ¿solo o acompañado?

C: Acompañado, si en definitiva, solo puede funcionar, pero es más chamba, va a ser más pesado todo el proceso y acompañado no garantiza que sea menos difícil, pero al menos si más llevadero, es como si yo me voy a subir en un camión que me va a llevar de aquí a Tijuana, si me voy solo o me voy acompañando el camión se va a hacer el mismo tiempo, pero seguramente el



trayecto va a ser más agradable si voy con alguien más, entonces lo mismo considero que como para este tipo de proyectos, uno lo puede hacer solo y uno mismo ir viendo qué resulta, qué no, qué cosas faltan, qué cosas hay que agregar; en cambio si hay algún prestador de servicio, algún colega que está colaborando en el proyecto o mismos asesores de las tesis que pueden contribuir al proyecto, eso hace más ligero el camino, sino también hasta más nutrido, el hecho de que haya más perspectivas en torno a la problemática, nos hace comprenderlo mejor, nos hace ver las cosas que de manera individual tal vez hubiéramos omitido, entonces en todos los sentidos 100% ciento que sea acompañado.

A: Ya casi para finalizar ¿el botiquín?

C: ¡Híjole! Qué necesitamos para ir solventando los pormenores que puedan ocurrir, pues, el equipo básico del investigador, notas, plumas, una grabadora o algún soporte para poder evidenciar las cosas, últimamente aquí en comunicación yo he visto como indispensable una cámara para asuntos de evidencias. Qué más

tendría que haber ahí, pues lo básico, computadora; es decir las herramientas indispensables y si tal vez algunos otros insumos que a la mejor se van a dar de acuerdo a cada problemática o a cada tema que estemos investigando, porque no va a ser lo mismo investigar el tema que yo estoy trabajando, de la feria de Ixtlahuaca, en el cual yo digo pues con mi sola presencia es ir y ya casi, casi ya puedo hacer mi investigación, a desarrollar una investigación en la que estemos en una comunidad muy apartada, en la que se requiere trabajar con personas que a lo mejor no dominan del todo la lengua española, que manejan otra lengua, otros dialectos, entonces ahí tendríamos que llevar otras herramientas. Entonces también acorde a cada tema, a cada objeto de estudio puede ir variando, pero los indispensables son esos.

A: Para finalizar, ya que tocaste el tema de la cámara. ¿Tu foto ideal de la investigación-acción?

C: ¡Híjole! ¿Cómo sería? Pues yo creo que sería una foto estilo el antes y el después. Cómo encontré la situación, previo a arrancar el proyecto y cómo quedó después. Esa sería la foto ideal. Y bueno en el sentido precisamente ideal, que se remarque, ¿no? ese cambio. Es decir, si mi tema tenía que ver con que no hay políticas que ayudan a controlar la contaminación durante la feria de Ixtlahuaca, que dos años después que acabe mi proyecto vea que ya hay esas políticas para moderar la contaminación, entonces esa sería la foto ideal; el antes y el después. Un comparativo positivo preferentemente.

A: Muchísimas gracias por compartir este itinerario comunicativo.

C: No, gracias, al contrario.



Foto tomada por: Uriel Ayala Victoria

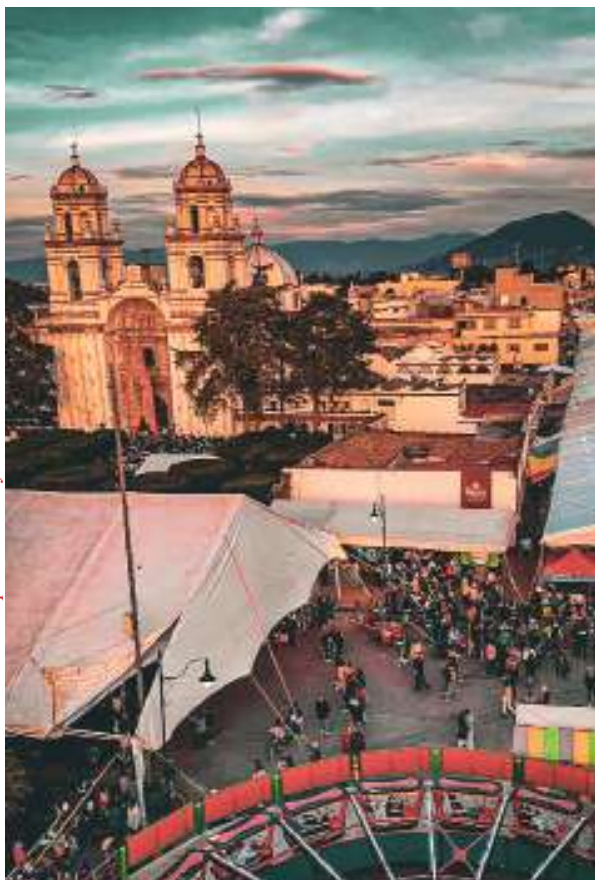


Foto tomada por: César Augusto Suhaste Ramirez



Foto tomada por: Lorena Arisay García Pichardo



Fotot tomada por: Itzel González Rivas



Foto tomada por: Denise Alondra Catarino Angeles



Foto tomada por: Jocelyn Giezman Martínez

