

Lahuelladelcoyote []

PUBLICACIÓN GRATUITA | ENERO-FEBRERO 2015 | AÑO X | NÚMERO 52 | BAJA CALIFORNIA, MÉXICO

Publicación de
**UNIVERSIDAD
XOCHICALCO**
Siempre primero, siempre adelante

Finanzas Personales

Ambiente virtual
de aprendizaje.

Don Quijote:
el joven.

¿Ser un nadie
o ser un alguien?



¿Quieres una Tablet con Internet incluido?

Te presentamos los nuevos Planes

telcel PRO

Porque para nosotros tu eres lo más importante, estamos comprometidos a cubrir todas tus necesidades de comunicación dandote más y mejores beneficios.

Con tu **credencial de estudiante** aprovecha nuestras **promociones**

20%
de DESCUENTO

En activación o desbloqueo de tu equipo celular
En la compra de cualquier accesorio MOBO o ELUX
En reparación de tu equipo celular
En reparación de tu pantalla de celular

10%
de DESCUENTO

En la compra de equipo celular gama media alta

\$399⁰⁰
Mensuales

500 minutos
Nacionales Indistintos

500 SMS
Nacionales Indistintos

1 GB
de Datos Incluidos

3 Números Gratis
Todo Destino

Plan Pro **500**

Obten el doble de datos

(los primeros 6 meses diferidos 2,4,6,8,10,12)

¡Además te regalamos el protector!

Concepto	Plan Tablet 1GB	Plan Tablet 1GB consumo controlado	Plan Tablet Estudiante	Plan Internet Estudiante
Renta Mensual	\$299.00*	\$349.00*	\$349.00*	\$249.00*
Internet Incluido	1GB	1GB	2GB	2GB
Equipo Incluido en Plan	Sí (Avvio Pad, Alcatel Evo 07)	Sí (Avvio Pad, Alcatel Evo 07)	Sí (Polaroid Tab, Avvio Pad, ZTE V9a, Azumi Arkia, Alcatel Evo 07)	Sí (Huawei 1556, ZTE MF 180, Alcatel X230I)

Promoción válida solamente en EyE Comunicaciones Distribuidor Autorizado Telcel

Sujeto a aprobación de crédito. Equipos sin pago inicial al contratar en plan Internet Estudiante con 2 GB a 24 meses. Consulta la lista de precios vigente. *Precios I.V.A. incluido

Sucursal Mercado escamilla, zona centro,
Sucursal Morelos No.319 zona centro, Mexicali, B.C
E-mail: contacto@eecomunicaciones.com
Facebook.com/EEComunicaciones



TEL. **962-0200**
686 552-3295



NUESTRA MISIÓN

Aportar a la sociedad profesionales competentes y con compromiso social, que les permitan convertirse en agente de cambio a través de programas educativos actualizados, con los apoyos académicos, investigativos, administrativos y de infraestructura apropiados.

NUESTROS VALORES

Respeto, Perseverancia, Tolerancia
Humildad, Honestidad, Confianza y
Justicia

"...y la verdad os hará libres" Juan 8:32

Editorial



Cuando escuchamos hablar de finanzas pensamos que se requiere de conocimientos muy elevados y eso nos asusta, pero en realidad, todos las manejamos día a día. Las finanzas personales se refieren a la administración que tenemos sobre nuestros ingresos y gastos. Las finanzas no son números o cálculos matemáticos, son decisiones.

Las finanzas personales se ocupan de la planeación financiera personal. Al igual que una empresa planifica sus pasos económicos a seguir, las personas también deben planificar sus finanzas para determinar metas, objetivos y estrategias que permitan ir hacia las metas pactadas. Cabe destacar que todos tenemos necesidades y objetivos diferentes.

Lo primero que hay que hacer es obtener toda la información necesaria para tomar las decisiones que más se adapten a nuestro plan financiero. Esta información está a la mano y la usamos todos los días en cada una de nuestras decisiones. Por ejemplo, el medio de transporte que usamos, el lugar en donde comemos o donde realizamos nuestras compras.

La importancia de las finanzas personales radica en que, en la realidad, un buen salario con dinero suficiente para gastar no es garantía de éxito financiero, ni tampoco un modesto salario tiene que derivar en fracaso. De hecho, la mayoría de la gente que tiene problemas financieros no tiene por qué ser necesariamente pobre. En realidad, uno de los puntos más importantes para lograr un plan financiero exitoso no tiene que ver con el ingreso personal, sino con empezar a tiempo y cumplir con los objetivos diseñados.

Un buen plan de finanzas personales nos ayuda a tomar decisiones inteligentes acerca del cómo y en qué ahorrar para comprar un hogar, garantizar la educación de nuestros hijos, si los hay, o cubrir adecuadamente contingencias. Pero, además, puede ayudarnos a lidiar con cambios trascendentales en nuestro estilo de vida, tales como el matrimonio, el divorcio, el nacimiento de un hijo, el cambio de trabajo o el retiro.

Un plan financiero ayuda a identificar y enlistar claramente los objetivos que todos tenemos, y nos da elementos específicos para tomar las decisiones que nos permitirán lograrlos. También nos permite solucionar aquellos inconvenientes financieros que casi siempre se presentan y que podrían amenazar nuestro bienestar futuro.

En esta nuestra primera edición del año 2015 dedicada a las finanzas personales, les presentamos una serie de artículos por demás interesantes; el Mtro. Enrico García nos habla sobre la publicidad subliminal y su eficacia; de la misma forma, el Mtro Arturo de León nos ofrece una serie de consejos para cuidar nuestras finanzas personales; administrar dinero es complicado, sobre todo cuando se es estudiante, por lo que la Lic. Olivia Venegas, a través de su entrega para esta edición, nos brinda algunos tips al respecto.

El Lic. Carlos Alberto Contreras Esquer, docente de Universidad Xochicalco, campus Ensenada, nos informa sobre cómo invertir en empresas mundialmente conocidas, además de que nos hace un recorrido por la situación financiera actual de los mexicanos.

Por otro lado, tenemos la entrega a cargo del Mtro Gutiérrez de Alba, misma que es continuación de la publicada en nuestra edición anterior con el tema de Victoriano Huerta, siguiendo con la biografía de este personaje; tenemos también un artículo sobre el ambiente virtual del aprendizaje y su importancia hoy por hoy; así como una entrevista a Don Heberto Peterson Legrand, escritor, periodista y ex cronista de la ciudad de Ensenada, realizada por el docente y editor Gerardo Ortega.

Como siempre, también les presentamos nuestra sección de cuento, poema y humor, esperamos que las disfruten. Sean bienvenidos a estas páginas que La huella del coyote les ofrece, y les deseamos buen comienzo de año.

El Rector



Contenido

Consejo Editorial | Rector de Universidad Xochicalco MCA, e Ing. René Martínez Zabateny • Vicerrector campus Ensenada Dr. César Cortés Guedea • Vicerrector campus Mexicali Lic. Jorge Mario Piñuelas Osuna • Vicerrectora campus Tijuana MC. Perla Verónica Galván del Castillo • Coordinador de Prensa y Relaciones Públicas LD. David Castro Flores. Coordinación General de Profesionales de Campus | Director Académico campus Ensenada Lic. Pedro Quezada • Director Académico campus Mexicali Lic. Carlos Alberto García Espinoza • Director Académico campus Tijuana Mtro. Felipe Pérez Gutiérrez.

Jefes de Difusión y Relaciones Públicas Xochicalco | Campus Ensenada Lic. Silvia Hernández Montero • Campus Mexicali Arq. Yolanda Lozano • Campus Tijuana LAE. Roel Ruiz Valenzuela.

Revista La Huella del Coyote | Director General LD. David Castro Flores • Editor LC. Erika Otero • Coeditor M en Arq. Yolanda García Ferrer • Diseño editorial e ilustración LD. Gerardo Ybáñez, LD. Thomas Dueñas Espinoza, LD. Ireda Leyva, LD. Grisel Tagle, Paulina Lazcano Velazquez • Imprenta del Noroeste, calle novena 718-I Col. Bustamante, Ensenada BC, C.P. 22840 • Tiraje: 8 mil ejemplares.

ANÚNCIATE CON NOSOTROS | Ensenada 646.1743980 Ext. 260 - LC. Erika Otero editor@xochicalco.edu.mx • Mexicali 686.5676622 Ext. 130 - LCC. Antonio Villegas avillegas@xochicalco.edu.mx • Tijuana 664.6213550 Ext. 114 - Lic. Omayra Urías Valadez ourias@xochicalco.edu.mx.

La Huella del Coyote es una publicación bimestral gratuita dirigida al público de nivel bachillerato en adelante, editada por la Dirección de Difusión y Relaciones Públicas de la Universidad Xochicalco. Los artículos firmados son responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan la opinión de la institución.

El financiamiento que nos permite seguir ofreciéndote este servicio se logra por medio de los anuncios de patrocinadores contenidos en la misma. El material anunciado se acepta con criterio ético y el editor no se responsabiliza de la veracidad de los mensajes contenidos en los anuncios. editor@xochicalco.edu.mx

- | | |
|----|---|
| 06 | Ambiente virtual de aprendizaje Betsabe Silva Cota |
| 09 | La trascendencia de la adopción Nelly Ramirez y Kristel Reyes |
| 10 | ¿Ser un nadie o ser un alguien? José Carlos Ortíz |
| 16 | La publicidad subliminal, un campo experimental Enrico García M. |
| 18 | Don Heberto Peterson Legrand, por la dignidad de la persona Gerardo Ortega |
| 22 | Don Quijote: el joven Benjamín Méndez Mora |
| 25 | ¿Eres estudiante? Tips para administrar tu dinero Olivia Venegas |
| 26 | Victoriano Huerta (Primera parte: Biografía. Continuación) Arturo Gutiérrez de Alba |
| 28 | 6 consejos para comprar por Internet de manera segura y efectiva Fabián Cámara |
-
- | | |
|----|--|
| 30 | Víctimas del Consumismo Faviola Villegas |
|----|--|
-
- | | |
|----|--|
| 34 | Medios de Comunicación: nueva cultura de vida Yolanda Lozano Páez |
| 38 | El estudiante de Arquitectura y la comunidad Ruth Alvarado Grimaldo |
| 42 | Convértete en accionista de tu empresa favorita y gana dinero, ahora es posible Carlos Alberto Contreras |
| 46 | Consejos para tus finanzas personales José Arturo De León |
| 52 | La investigación cualitativa: intereses, tradiciones y técnicas David A. Ornelas Gutiérrez |

08 EL POEMA | 14 EL CUENTO ¡No te mueras, por favor! | 48 EN LA COMUNIDAD
Luminarias de Xochicalco, en Cearte por 5ª ocasión | 50 BREVES | 56 LA ESCUELA DEL
BIMESTRE | 57 HUMOR | 58 EGRESADO CON HUELLA

Portada: Ahorro sin fin, Paulina Lazcano Velazquez.

Universidad Xochicalco, campus Ensenada



Ambiente virtual de aprendizaje

Hoy en día es inconcebible el proceso de enseñanza-aprendizaje sin el uso de la tecnología o herramientas virtuales, puesto que la tecnología está presente en todos los ámbitos de nuestra vida.

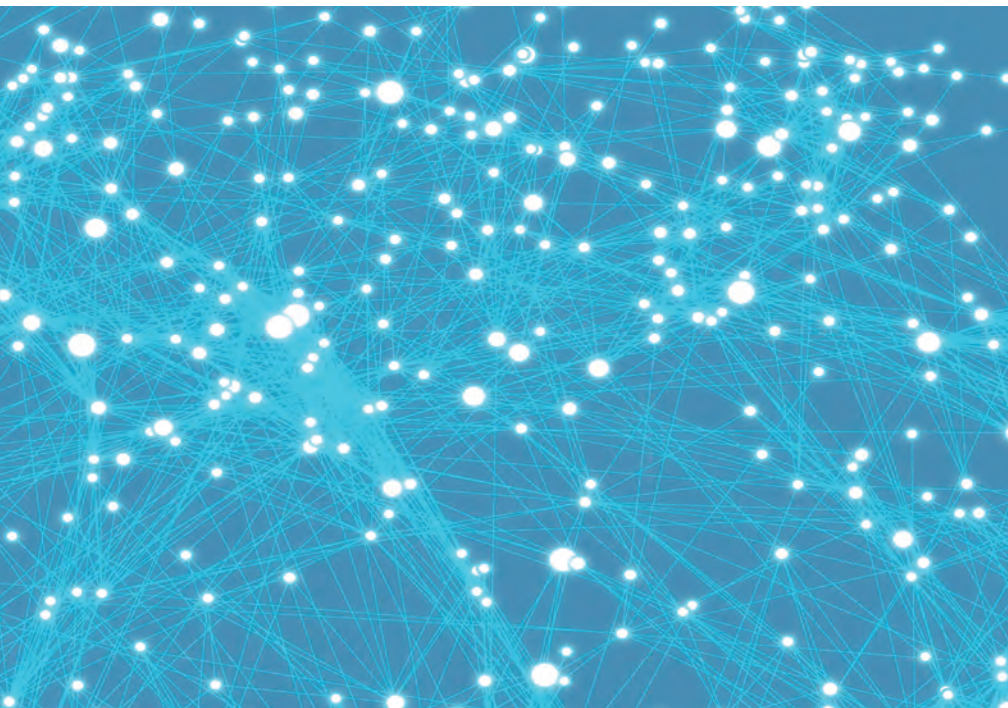
Por **Betsabe Silva Cota***

El tema a desarrollar es verdaderamente muy interesante, puesto que no sólo engloba las características o consideraciones de un ambiente de aprendizaje adecuado, sino que además de eso, también de las características de un ambiente virtual de aprendizaje, puesto que hoy en día es inconcebible el proceso de enseñanza-aprendizaje sin el uso de la tecnología o herramientas virtuales. Y es realmente absurdo que no fuera de esa manera, pues ¿por qué no se implementaría la educación con Ambientes Virtuales de Aprendizaje (AVA), si la tecnología ya está presente en todos los ámbitos de nuestra vida?

Para aprender se requiere de un ambiente propicio, estimulante, sin amenazas, que permita el crecimiento de las personas individuales, pero en un clima de respeto, afecto y compañerismo (Romero, 2001). El ambiente debe de crear un entorno con las condiciones básicas, mínimas y necesarias para generar diferentes procesos en el individuo y finalmente lograr el aprendizaje; diversos autores mencionan diferentes elementos de un ambiente de aprendizaje,

algunos de ellos son: a) Condiciones materiales; b) Relaciones interpersonales entre docentes y alumnos; c) Disposición espacial; d) Pautas de comportamiento; e) Roles que se establecen; y d) Actividades que se realizan.

Entonces, si ya sabemos lo que es un ambiente de aprendizaje, ¿qué es un AVA? Pues es el entorno que se apoya de la tecnología, y este a su vez es el medio entre el facilitador y el alumno con el objeto de estudio; la tecnología brinda nuevas oportunidades para enfrentar desafíos en el campo de aprendizaje y enseñanza. Un ambiente virtual de aprendizaje es el espacio físico donde las nuevas tecnologías tales como los sistemas satelitales, Internet, los multimedia y la televisión interactiva, entre otros, se han potencializado rebasando al entorno escolar tradicional que favorece al conocimiento y a la apropiación de contenidos, experiencias y procesos pedagógico-comunicacionales. Están conformados por el espacio, el estudiante, el asesor, los contenidos educativos, la evaluación y los medios de información y comunicación (Avila & Bosco, 2001).



Suárez, en su estudio sobre los Entornos Virtuales de Aprendizaje (EVA), define los entornos virtuales como “un sistema de acción que basa su particularidad en una intención educativa y en una forma específica para lograrlo a través de recursos infovirtuales. Esto es, un EVA orienta una forma de actuación educativa dentro de unos márgenes tecnológicos”. Y es esa nueva forma de orientar la acción que nos proporcionan las TIC, y con ello un EVA.

La incorporación de nuevas tecnologías de la información en las actividades universitarias de formación, investigación y gestión es algo que solamente puede valorarse inicialmente como positivo, dadas las prestaciones y posibilidades de estas herramientas (Martínez & Prendes, 2008). El ambiente virtual nos permite romper las barreras de la educación tradicional, puesto que no solo se limita al modelo de enseñanza-aprendizaje dentro de un aula o un área específica; puede llevarse a cabo en modalidad en línea, a distancia, en foros, en audio, videos, e-mail, mensajería instantánea, blogs, foros, etc. Y no necesariamente se llevará a cabo al mismo tiempo, esta puede ser de forma sincrónica o asincrónica, el aprendizaje sincrónico se refiere a la interacción en tiempo real entre los actores del aprendizaje, en cambio el aprendizaje asincrónico implica comunicación en tiempo diferido, lo que igualmente determina obtener respuestas en tiempos distintos. En

ambos casos las interacciones con el aprendizaje por lo general se realizan a través de la comunicación asistida por la computadora (Garduño Vera, 2005), lo cual nos confirma que el aprendizaje no solo se puede lograr dentro de un salón, sino que también en diferentes lugares, en el mismo tiempo o

El ambiente virtual nos permite romper las barreras de la educación tradicional, puesto que no sólo se limita al modelo de enseñanza-aprendizaje dentro de un aula o un área específica

en diferentes horarios, siempre y cuando se estén utilizando medios virtuales.

Sabemos que hoy en día la tecnología es una herramienta muy valiosa, a su vez, el maestro ya no es el que siembra la informa-

ción en los alumnos, ahora los maestros son facilitadores, mediadores entre el alumno y el objeto de estudio. La tecnología, por sí sola, nunca puede reemplazar la labor de un grupo eficaz de docentes y administradores escolares, pero sí puede facilitarles la tarea (Dede, 2000).

La tecnología hoy en día es de suma importancia, además de necesaria para todos los ámbitos de nuestra vida diaria. Se pudiera pensar que el tema de los ambientes virtuales es relativamente nuevo, pero con la investigación y la lectura para recopilar información para este ensayo, me di cuenta de que ya tiene camino recorrido en la historia de la educación. Los ambientes virtuales como se menciono arriba, nunca sustituirán al docente, pero estos ayudaran a potenciar el desempeño del alumno y a desarrollar sus habilidades con más facilidad. Otra ventaja que tienen los AVA es que se puede aprovechar el tiempo al máximo, por ejemplo si quedan dudas en clase y por falta de tiempo no hubo retroalimentación, esta se puede llevar a cabo por medio de un AVA.

Si en el aula no se cuenta con los elementos básicos, es decir, si el entorno no es adecuado, tanto para el facilitador como para el alumno, no quiere decir que no se logrará un aprendizaje; puede lograrse, sin embargo, surgirán una serie de situaciones extras con las que se tendrá que lidiar de manera rápida y eficaz, e igualmente creativa.

Un ambiente adecuado nos facilitara un aprendizaje práctico y al mismo tiempo óptimo.

Para finalizar, hay que recordar que como individuos, nuestros canales perceptuales no son iguales, con los ambientes de aprendizajes creativos e innovadores podemos cubrir los diferentes canales perceptuales, logrando así una mayor y mejor comprensión, eficacia y aprovechamiento de tiempo. 🌸

Referencias Bibliográficas

- Avila, P., & Bosco, M. (2001). *Entornos Virtuales de Aprendizaje*. Una Nueva Experiencia. Alemania: 20th. International Council for Open and Distance Education.
- Dede, C. (2000). *Aprendiendo con la tecnología*. Buenos Aires: Paidós.
- Garduño Vera, R. (2005). *Enseñanza virtual sobre la organización de recursos informativos digitales*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Martínez, F., & Prendes, M. P. (2008). *Nuevas Tecnologías y Educación*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Romero, J. M. (2001). *Un Proyecto de Docencia: Para las Instituciones de Educación Superior (IES) en México*. México: Plaza y Valdez.

Quisiera

Por Gerardo Ortega*

*Quisiera desentenderme de la lluvia cuando
-a fuerza de intentos y palabras mal habidas-
intento pronuncias el suceso de la sangre.*

*Quisiera ignorar al sueño
al reloj
al teléfono
a la soberana angustia
y recibir al ángel
al taller de recuerdos museo de porvenires.*

*Este indicio despiadado exige un mar
un cielo
un corazón de mil ciudades.*

*Quisiera desterrar el miedo
arrojarlo al océano en una botella.*

*Quisiera desentenderme de la lluvia
y poder decir al menos
"ella no volvió nunca".*



*Escritor y editor

La trascendencia de la adopción



La adopción es el procedimiento legal que permite a un niño o niña convertirse en términos legales en el hijo o hija de otros padres, adoptivos, distintos de los naturales.

Por **Nelly Ramírez y Kristel Reyes***

Al abordar este tema se pretende que la sociedad reconozca la importancia que tiene la adopción, reconociendo que es el proceso por medio del cual una familia asume como su hijo, con todas las implicaciones que esto conlleva, a un menor con el cual no tiene vínculos biológicos, pero que lo hace para brindarle el amor, el respeto y el apoyo que le brindaría a un hijo biológico.

La institución de la adopción ha existido durante cientos de años. En sus inicios tenía un significado totalmente diferente al que tiene hoy en día. Antes su principal interés era la continuación de la estirpe para lograr la supervivencia del culto de los antepasados. Actualmente esta institución persigue fines distintos, entre los cuales podemos mencionar: resolver el problema de la niñez abandonada y conceder, a la vez, los beneficios de experimentar la paternidad a aquellas personas que por distintas razones no lo son.

La adopción es el procedimiento legal que permite a un niño o niña convertirse en términos legales en el hijo o hija de otros padres, adoptivos, distintos de los naturales. El objetivo primordial de la adopción actual es asegurar el bienestar a un niño cuando sus padres naturales son incapaces de educarlo. La adopción implica un estado de vida permanente entre adoptante y adoptado, es por ello que la ley exige a las personas que pretendan adoptar que cubran ciertos requisitos en garantía del futuro bienestar del adoptado.

La adopción actualmente ofrece el medio idóneo para hacer frente en lo posi-

ble a otros problemas inherentes a la niñez desamparada por falta de recursos o por la irresponsabilidad de sus progenitores, ya sea porque viven en extrema pobreza o bien porque carecen de educación. En este punto podemos observar que la adopción es un hecho humano y social que, en el plano jurídico, tiene como resultado el constituir una relación familiar allí donde no se da una relación biológica, ya que permite al niño integrarse de pleno en el seno de una familia en la cual no ha nacido.

En muchas ocasiones se ve a la adopción como un acto de altruismo, lo cual es completamente erróneo. Mientras un acto de altruismo supone un nexo voluntario que puede terminar en cualquier momento, la adopción es una figura jurídica que crea un compromiso y los mismos derechos y obligaciones que cuando se tiene un hijo biológico. Y si se le agrega que: el vínculo de la adopción es, legalmente irrevocable, y tiene el objetivo de permitir el desarrollo físico y mental de los pequeños en condiciones adecuadas de afecto y economía, de modo que puedan formarse como ciudadanos útiles y constructivos para la sociedad del país. Todas las personas tienen el mismo derecho de adoptar a un niño o una niña, por lo que matrimonios, parejas en unión libre y aun personas solteras o sin pareja pueden realizar el trámite y ser candidatos viables.

Hoy en día, en México, el procedimiento general para poder adoptar a un niño se realiza en las oficinas que cada es-

tado tiene de sus propios sistemas del DIF, y en cada uno de estos sitios el proceso es responsabilidad de los gobiernos estatales, con una coordinación nacional. El tiempo que dura un proceso de adopción en México es indefinido, pues se hace todo un trámite administrativo que debe respetar los tiempos y las formas que la misma ley va estableciendo. Hay que hacer una distinción muy importante, pues el procedimiento de adopción tiene dos etapas: una administrativa y otra jurisdiccional.

Para concluir, podemos deducir que en relación a la sociedad, siempre van a estar presentes preguntas y comentarios imprudentes e incisivos, con respecto a esta modalidad de familia constituida a raíz de la adopción, que esto afecte o no a la familia va a depender de su posición personal respecto al a la adopción.

Una vez analizado nuestro trabajo de investigación, proponemos que el gobierno no tiene la obligación de promover y fomentar la adopción mediante programas, campañas, conferencias, para que ayude a comprender la importancia de esta institución y cómo podemos cambiar la vida de un menor a través de ella. Tomando el ejemplo de otros países para así crear una cultura de conciencia en la sociedad. 🐾

*Alumnas integrantes de la materia de Metodología de la Investigación Jurídica, de la facultad de Derecho de Universidad Xochicalco, campus Tijuana, a cargo de la M.D. L. Carolina Vera.

¿Ser un nadie o ser un alguien?

Somos dos personas en una: el de adentro y el de afuera, el nacional y el extranjero, el central y el disperso, y sobre esta línea de razonamiento se crean el alguien y el nadie. Y para ser justos debemos señalar la diferencia entre ser alguien y ser nadie

Por José Carlos Ortiz Lucero*

En el vaivén de la vida y sus inacabables experiencias, tenemos la noción de que pertenecemos a un lugar, a un espacio y a un tiempo en particular; que nuestros hábitos y costumbres son pensados y ejecutados con un fin común, y de igual manera, (y en ocasiones al mismo tiempo) nos asalta la duda, la incertidumbre de existir sólo físicamente, carentes de todo sentido; y tendemos a preguntarnos si tenemos un propósito, una meta que cumplir, de ver a través de nuestros ojos, y que alguien nos vea a través de los suyos. Muchas veces esperamos ser reconocidos como grandes en algún aspecto en el que tenemos una alta exposición de nuestro talento; existe el mejor deportista, el mejor médico, el mejor maestro, el mejor empleado... Pero, ¿Es verdad que existen dos definiciones? ¿Qué significa ser alguien o ser nadie?

Observarnos a nosotros mismos constituye la mejor crítica de la historia, en la diversidad de puntos de vista que rebotan en nuestro subconsciente se crean las mejores ideas y las locuras más profundas.

Siempre ha existido la idea de que somos dos personas en una; al igual que la gravedad, la inteligencia y las emociones nos define una dualidad, un concepto de quiénes somos y cómo somos para los demás. Esta idea parte de una autoobservación. Observarnos a nosotros mismos constituye la mejor crítica de la historia, en la diversidad de puntos de vista que rebotan en nuestro subconsciente se crean las mejores ideas y las locuras más profundas. Es necesario reconocer que somos dos personas en una: el de adentro y el de afuera, el nacional y el extranjero, el central y el disperso, y sobre esta línea de razonamiento se crean el alguien y el nadie. Y para ser justos debemos señalar la diferencia entre ser alguien y ser nadie.



Ser alguien significa, en automático, deberse a los demás, de hecho es redundante decirlo, no podemos pretender ser nuestro actor y nuestro público simultáneamente. El alguien busca y rebusca entre los demás “eso” que lo define como relevante, eso que fascina, aterra o mínimo interesa a alguien que no sea él mismo, de esta manera permanece en un camino que no fue construido por él, pero que en él anda, además de que se condena en ocasiones a seguir procesos que no tengan nada que ver con su propia voluntad. Es válido pensar que algunas personas nacen para ser alguien, ya sea por su cuna, por un talento que pocos tienen, por una belleza física o intelectual, o por cualquiera que sea su motivo para poder, casi sin ningún esfuerzo, dominar su entorno. Un alguien

debe comportarse de maneras que sean del agrado de los demás, es como el payaso que tiene su espectáculo y cuando termina simplemente se cambia, se despinta y vuelve a ser como los demás, tal vez un poco más cansado, enfadado y gris, con el deseo de llegar pronto a casa. De igual forma, y como se menciona antes, existe una dualidad. Hay quienes son todos unos personajes, unos verdaderos artistas en lo que hacen, y los que con todo derecho merecen ser llamados alguien. El pintor que nadie sabe su nombre, pero que sus obras hablan por sí mismas, la mujer que alimenta al vagabundo sin que nadie lo note, el niño con una creatividad fundamentada en la inocencia, el próximo líder de las masas y que nadie puede saberlo, ¿Son ellos alguien?, ¿podemos considerarlos lo

suficientemente importantes para llamarlos alguien? Demasiada subjetividad para una realidad que explica que la moda es “hacer para ser”.

En contraparte existe el nadie, esa apenas perceptible e irónica mayoría que pareciese que busca en ella misma cómo seguir siendo anónima, muchas veces con la esperanza de ser, paradójicamente inmortal en un tiempo futuro, pues en la cronología del ser humano pensante en la tierra, el ser inmortal no significa terminar en muerte, sino seguir vigente en el pensamiento y la palabra colectiva, como un cadáver que no se pudre, de ahí que podamos explicarnos que los nadie que eran nadie en su tiempo, esos científicos, filósofos, pensadores, locos entonces, ahora son alguien, e irónicamente



aquellos locos de hoy, intentos patéticos de cantantes, de actores, de artistas, mañana serán nadie, más olvidados que la misma obra que los catapultó momentáneamente como alguien. El comportamiento moderno es bastante extraño.

Siguiendo el mismo argumento, no es raro concebir que esta singular distinción entre los “alguien” y los “nadie” no es un hecho en sí, sino una serie de eventos que determinan nuestro lugar en la sociedad, una rara figura que nos asigna a cada uno nuestro proceso diario, del cual nadie puede huir, y si existe el mínimo esbozo de hacerlo, romper la cadena perfecta del destino-, el escapista continúa siendo nadie hasta que el alguien dice que es alguien. No se trata de un trabalenguas o de un juego de palabras, en realidad tiene más sentido del que parece no tener, se trata simplemente de entender que la forma en cómo cada persona está consciente de su lugar en este momento, es decir, ahora, puede decidir, o al menos influir en el siguiente paso que tomará, y si a eso le sumamos que esto se realiza siendo alguien, los demás estarán a la expectativa de ese paso, y siendo nadie los demás estarán a la defensiva, y tal vez se cruce la delgada línea que divide la contienda entre ambas posiciones, lo que nos lleva a preguntarnos de nuevo: ¿Es posible mantener un equilibrio entre ser un superestrella y un Juan Pérez?

Esta discusión podría extenderse hacia dimensiones infinitas, y tal vez se convierta en tema vetado encerrado junto a las interminables pláticas sobre el aborto, la política o la

religión, y no sería por la falta de argumentos, sino precisamente por el exceso de ellos.

Es cierto que el antecedente histórico nos dice que el hombre siempre tiene que creer en algo y a veces seguirlo incluso hasta su fin. La recurrente y tan usada necedad de todos a ser dependientes al menos de una manera de tantas, de sacrificar nuestra individualidad por una figura en ocasiones de dudosa procedencia; hasta cierto punto es enfermiza la subordinación que practicamos muchos de nosotros, ese fanatismo que en realidad es bastante común en nuestra cultura, y sobre este concepto nos damos cuenta que es peor cuando la veneración ya no es a un ser superior o a una idea magnífica, sino hacia un semejante, alguien que no tiene una explicación concisa de por qué es interesante, cuando convertimos nuestra admiración en una reverencia, una desacertada devoción. Decía el escritor inglés Samuel Johnson (1709-1784): “Casi todo lo absurdo de nuestra conducta es resultado de imitar a aquellos a los que no podemos parecernos”. Esa podría ser una de las mayores desventajas de levantar el ego de alguien: -elegir al incorrecto para admirar-.

Por otra parte los nadie buscan estar solos y tranquilos, o tal vez no buscan nada, simplemente vivir, sin esperar a que nadie les eche un vistazo, o vivir bajo su conclusión de ser importantes para uno mismo. Esto podría resultar válido si nos damos cuenta de que la apreciación de una persona empieza desde uno mismo, no somos capaces de querer a nadie si no nos amamos primero a nosotros mismos, y aunque cada persona piense dife-

rente, todos tenemos “configurada” en nosotros la expectativa o esperanza de algo (o alguien); así nacen las pasiones más hondas, al igual que los odios más abismales. En esta búsqueda, al parecer perpetua, del lugar correcto del ser humano, la diferencia está en cómo cada uno entiende ese dilema eterno.

Existen muchas ideologías que podrían hablar del afecto y el encuentro de uno mismo, y una de las más particulares (tal vez por ser la más real a mi parecer), es la filosofía del “Objetivismo”, creada por la filósofa estadounidense de ascendencia rusa, Ayn Rand (1905-1982), en la cual el juicio principal de una sociedad debe basarse en encontrar el bienestar propio del individuo, sin sacrificarse por nadie ni sacrificando a otros, lo que hace que ambas figuras, alguien y nadie dejen de existir como tales y se enfoquen a una verdad absoluta de uno mismo, una percepción de intelecto personal para una convivencia emancipada del colectivismo, creando así grupos sociales íntegros y perpetuos fundamentados en el mejoramiento de la raza humana.

Entre el amplio estudio de las razones y las formas de actuar, las disyuntivas entre el ser alguien o no ser nadie, el hacer o deshacer, el construir o el destruir, podemos notar que el hombre mismo nunca será un objeto inanimado, un organismo estático por el que pasa la vida cual serpiente entre los pies y que sigue únicamente los lineamientos de nacer, crecer, reproducirse y morir. Cada quien puede tomar la postura que más le interese o convenga, pero en todo un proceso que se base en vivir con los pies en la tierra y la aplicación de la inteligencia en todo ámbito humano, toda admiración mal orientada a ídolos de papel en primer lugar debe canalizarse a todo lo que representa cada uno, la constancia de vivir como lo hacemos y como lo hemos hecho desde que tenemos uso de razón, las expectativas que se tienen de uno mismo, la dedicación a todo trabajo que se nos presente, incluso las tragedias, las desgracias, las adversidades, todo lo que tiene el poder de conformar el carácter de una persona, en su conjunto son las bases de la naturaleza del pensamiento, lo intrínseco de las personalidades, tan diversas y a la vez todas conviviendo en el mismo lugar. 🐾

Estudiante de 5º, cuatrimestre de la carrera de Comercio Internacional y Aduanas de Universidad Xochicalco, campus Tijuana.

Alcanza otro
Nivel, marca la
diferencia con
una **Maestría**

- Psicoterapia Cognitivo Conductual
- Educación Especial
- Docencia
- Dirección de Obras
- Arquitectura Sustentable
- Diseño Multimedia
- Desarrollo de Proyectos Comunitarios
- Mercadotecnia
- Juicios Orales
- Ciencias Penales
- Derecho Constitucional y Amparo
- Salud Pública
(con terminación en Epidemiología)

Éxito tras éxito...
con el **Doctorado en Educación**



www.xochicalco.edu.mx

Campus Tijuana
Tel. (664) 621-35-50,
ext. 150 y 155.

Campus Ensenada
Tel. (646) 174-39-80,
ext. 245, 226 y 202.

Campus Mexicali
Tel. (686) 567-66-22,
ext. 111 y 131.

¡No te mueras, por favor!

Por Lic. Lourdes García Santos*

Entré a la casa, todos mis hermanos habían llegado, fui el último en aparecer. Mi madre al verme sintió un gran alivio, pues mi padre entre sus balbuceos había estado pronunciando mi nombre desde hacía más de tres horas.

Al tenerlo frente a mí, en aquella cama de hospital con tubos de oxígeno conectados a su nariz para poder respirar, por mi mente pasaron los montones de veces que mi madre le decía “deja de fumar o cuando menos fuma menos”. Y él, macho como ha sido siempre, contestándole de forma casi grosera “de algo me he de morir, deja de fastidiar”.

Y parece que le llegó el día, me dicen que ya sus pulmones se rebelan a trabajar más a marchas forzadas, han sido obligados por muchos años a hacerlo en malas condiciones.

Me acerqué en silencio, ni siquiera lo toqué, no quise molestarlo, parecía descansar. Como si hubiera adivinado mi presencia entreabrió los ojos, me reconoció, se quitó las mangueritas del oxígeno y susurró:

-Hijo, qué bueno, llegaste, cuanto tiempo sin verte, con el pretexto de la universidad has desaparecido de nuestras vidas, ni navidades ni cumpleaños han sido motivo suficiente para visitarnos. Tus amigos nos han platicado de tu éxito profesional. Temía tener que partir al otro mundo sin hablar contigo. Me les voy, ahora si veo cerquita a la muerte.

-Ay papá, no seas dramático, no te ves tan mal, no pasará nada, hierba mala nunca muere. No me digas que ya viste la luz. Es un susto nada más. Verás que en unos cuantos días volverás a casa y todo volverá a la normalidad.

-Eres un mal hijo, no puede ser, cómo se ve que no te duele lo que me está sucediendo.

-De la misma forma que a ti cuando te fuiste y nunca supimos a dónde ni por cuán-

to tiempo y mi madre quedó con tres hijos, sin apoyo económico y ninguna profesión formal en qué basarse para sacarnos adelante. Pero bueno, eso ya pasó, he aprendido algo en estos años de ausencia, hay que vivir lo que nos traiga cada día y punto.

-Y volviendo al asunto de tu paso al más allá, no se te ocurra morirte porque viene la boda de mi hermanita Natalia, tu favorita, y tenemos muchos gastos por hacer, el de tu funeral no está en el presupuesto.

-¡Eres un insensible! ¿Por qué me hablas así?

-¿Y por qué no? La muerte no es sino un ciclo que se cierra, un paso hacia otro lugar, el cual será mejor o peor según nos hayamos portado cuando estuvimos vivos. Eso me dijeron en la secundaria de monjas a la que asistí gracias a la beca concedida por mis buenas calificaciones en la primaria y las influencias de mi tía Carolina, que trabajaba como secretaria del jefe de la zona de inspección escolar.

-En cuanto a lo de Natalia, no sé si estás enterado, ya todo está contratado: música, iglesia, comida, vinos, arreglos, etc., y si cancelamos no devolverán ni un cinco de lo ya pagado y nos harán exigible el resto. No puedes hacerle esto a tu hija, le destruirías su máspreciado sueño, la boda con el amor de su vida.

-Así que piensa mejor en reponerte y seguir las indicaciones de los doctores. Me dijeron que si cooperas te pondrás mejor, no del todo, pero considerando que enfermaste por tu puritito gusto, es lo más a que puedes aspirar. Yo que tú, mejor pienso en cosas agradables y positivas para ayudarlo a tu cuerpo a componer los desarreglos que le provocaste con tu azarosa y desorganizada vida.

-Ay mi hijo, nunca pensé que un día te escucharía hablar así. Entonces, ¿no tomarás mi mano y llorarás conmigo cuando





Ilustración: LD, Grisel Tagle Zarate, Universidad Xochicalco, campus Ensenada

hablemos de nuestras cosas? Aunque son pocas, pues no puedes negarlas.

-Papá, tómalo por el lado amable, ¿qué esperabas? Este no es el caso de llorar y pedir perdón para desahogar culpas e irse de este mundo más livianito. Eso sólo pasa en las películas.

-Por otro lado, ahora el protocolo es más "light", eso del velorio es un evento social más que otra cosa, un montón de gente que no se veía desde hacía tanto tiempo, ahora platican y ríen; hasta pudieran sentirse felices de estar ahí. Además, eso si es de lunes a viernes, porque si se te ocurre fallecer en fin de semana la cosa es diferente. Es posible que muchos de los amigos o conocidos que estén fuera o tengan compromiso, llámese baile, cena o cine, se disculparán con cualquier pretexto y no asistirán a decirte adiós. O sea que sería un velorio poco concurrido, del que no se hablaría nada bien en nuestro círculo social.

-Así, más vale que te pares ya, tu estancia en esta clínica está costando mucho dinero y hay que repartirlo entre todos, lo queramos o no. Y yo, la verdad ya tengo demasiados gastos con la pensión que me asignaron por mi reciente divorcio y el costo de vivir solo otra vez.

-Como ves, no son tiempos para morir, resulta muy caro y no hay tiempo para organizar como debe de ser velorio, funeral y un buen entierro, menos ahora en pleno 2 de noviembre, que es Día de Muertos y hay festejos por todos lados a los que me fascina asistir y tendría que cancelar.

-Está bien hijo, dame una mano para pararme y vestirme.

-Con una condición, promete que dejarás el cigarro. 🍷

La publicidad subliminal, un campo experimental

Los mensajes publicitarios que incluyen estímulos dirigidos al inconsciente del público son reconocidos con el nombre de publicidad subliminal.

Por **M.M. Enrico García M.***

Según Bryan Key (1998:284), la publicidad instintiva, como su nombre indica, presenta mensajes que provocan reacciones no racionales o simplemente emocionales. Puede convertir el producto en un fenómeno desligado incluso de sus presentaciones directas: un desodorante que despierta irrefrenablemente los sentidos o unos *jeans* que se convierten en símbolo de las aspiraciones de la gente.

El mensaje puede incluir imágenes, sonidos, formas, colores o palabras que estimulen o produzcan rechazo. La manera en que aparezcan nos permite señalar dos tipos de percepción:

a).- Percepción consciente

El mensaje se compone de elementos que son percibidos conscientemente. En él, cualquier tipo de estímulo se reconoce con claridad, por lo que el público que lo recibe puede elaborar un juicio de acuerdo con su esquema de valores y con pleno conocimiento de lo que se le propone.

b).- Percepción inconsciente

En este caso el mensaje incluye estímulos que no son percibidos a primera vista, pudiendo generar en el individuo una respuesta que no controla al mismo nivel que cuando sí es consciente de ellos.

Para ser más rigurosos diremos que la percepción inconsciente consiste en la presentación de estímulos visuales o auditivos de una intensidad o en un espacio de tiempo inferior a los requeridos por el umbral de la conciencia, de modo que el receptor puede

responder a ellos sin ser consciente de por qué lo hace.

Dado que la percepción se encuentra por debajo (sub-) del umbral (-limen) de consciencia, este fenómeno es conocido como persuasión subliminal.

La persuasión subliminal ha sido utilizada en el ámbito clínico de la psicología, también en comunicación política, en el cine y en producciones televisivas. Los mensajes publicitarios que incluyen estímulos dirigidos al inconsciente del público son reconocidos con el nombre de publicidad subliminal.

Estos pueden ser de dos tipos: La emisión de un estímulo durante un tiempo o en un espacio muy breve o a una intensidad muy baja.

Los medios de comunicación manifiestan su rechazo ante los supuestos casos de publicidad subliminal. No obstante, algunos expertos recuerdan que faltan investigaciones concluyentes sobre su eficacia. Es significativo que las alusiones principales sigan siendo las experiencias realizadas a finales de los años cincuenta. El artículo aparecido en 1956 en el *London Sunday Times*, "Ventas a través del subconsciente" es probablemente la primera referencia documentada sobre la aplicación





del mensaje subliminal en publicidad. En 1957 Vance Packard se ocupa del tema en “Los persuasores ocultos” (1985:285), inmediatamente después se publican en la prensa numerosos artículos sobre el experimento que James Vicary realizó en una sala de cine de Nueva Jersey que proyectaba “Picnic”. Dos mensajes acompañaron a la película durante las seis semanas que estuvo en cartel en aquella sala: el primero, ¿Tienes hambre? Come palomitas, el segundo, Bebe *Coca-Cola*.

Desde entonces el tema se ha seguido discutiendo. La postura de la mayoría de los publicitarios es de desconfianza y hasta extrañeza sobre esta técnica. Recuerdan además que puede ser excesivo atribuir a un estímulo no visible conscientemente, el éxito o el fracaso de una campaña. Por ejemplo, el hecho de que el dromedario de *Came* tenga o no una forma extraña escondida en su pata izquierda, ¿ha influido realmente en el éxito del producto?, ¿en el aprecio de la marca?, ¿en su posicionamiento?, ¿en sus ventas?

Es cierto que hay muchos ejemplos de campañas publicitarias que incluyen mensajes de tipo subliminal, sin embargo los profesionales serios de la publicidad consideran que es un “despilfarro” invertir en este tipo de anuncios, cuando el públi-

co no los percibe de la misma manera. Si la intención de la publicidad es comunicar y persuadir, ¿qué caso tendría lanzar mensajes de un alto costo que solo unos cuantos percibirían?

Por otra parte, algunos piensan que la publicidad que incluye imágenes eróticas o abiertamente sexuales, es subliminal, sin embargo recordemos que los mensajes subliminales no son percibidos conscientemente, sino que van dirigidos al inconsciente. Por lo tanto los anuncios de este tipo mencionados, no son subliminales, ya que muestran claramente imágenes que no dejan nada a la imaginación.

En conclusión:

¿Se sigue utilizando la publicidad subliminal?

Sí, algunos aún la utilizan, y otros más la confunden, aunque en algunos países supuestamente está prohibida, pero ésta no es utilizada por las empresas conocedoras de la publicidad y del marketing por las razones ya expuestas anteriormente.

¿Es efectiva esta técnica? No, al menos no como se divulgó en un principio, ya que hubo muchos charlatanes que la promovían y muchos estudios serios comprobaron poste-

riormente su poca eficacia a la hora de vender productos y servicios. El cerebro humano con educación sabe “filtrar” la información y no actúa siempre como un simple “zombie” a quien le dictan lo que tiene que hacer. La prueba es de que a pesar de recibir miles de impactos publicitarios diarios por todos los medios de comunicación, no nos volcamos a comprar todo lo que se nos ofrece (salvo excepciones de algunos compradores compulsivos con poca resistencia o víctimas de alguna manía). Hasta el próximo encuentro con temas de mercadotecnia y publicidad. 🐾

*Licenciado en Comunicación y Maestro en Mercadotecnia. Docente en la Escuela de Mercadotecnia de Universidad Xochicalco, campus Tijuana.

Fuentes bibliográficas
 • Key, Wilson B., *Seducción Subliminal*, México, Editorial Diana, 1998.
 • Packard, Vance, *Las formas ocultas de la propaganda*, México, Editorial Hermes, 1985.
 • Victoroff, David, *La publicidad y la imagen*, México, Ediciones Gustavo Gili, 1983

Don Heberto Peterson Legrand, por la dignidad de la persona

Escritor, periodista, exprofesor de Universidad Xochicalco, excronista de la ciudad de Ensenada y comunicador de un mensaje que pone en la dignidad de la persona uno de sus máximos valores.

Por Gerardo Ortega*

Don Heberto habla para *La huella del coyote* sobre el puerto de Ensenada y su identidad a través del tiempo.

También aborda la mezcla de sangre que se da en este puerto y comparte con nuestros lectores cuál es el libro que como autor lo ha dejado más satisfecho.

¿Qué aspectos le alegra que no se hayan perdido en este puerto de Ensenada?

El que la ciudadanía siga teniendo avidez por los eventos culturales y además el que sea un puerto donde hay mucho talento artístico y cultural en muy diversas ramas. El que siga siendo un puerto que ofrece comida de excelente calidad y que la cultura del vino y la buena cerveza también se han ido convirtiendo en un icono que la distingue.

¿Qué aspectos lamenta que se hayan perdido en este puerto en las últimas décadas?

La falta de una adecuada planeación para un crecimiento ordenado de la ciudad; la falta de conciencia creciente en un gran sector de la ciudadanía para contribuir en la limpieza de la ciudad; la falta de una buena urbanización de calidad y arreglo de banquetas; la falta de previsión para poder contar con estacionamientos conforme la ciudad vaya creciendo; el poco interés de un inmenso número de locales comerciales para arreglar sus fachadas con gusto estético para presentar un rostro más amable y atractivo; la falta de hoteles de mayor calidad; la falta de inversión para ofrecer algo al turismo que sea atractivo, lamento que no se haya hecho a tiempo un bulevar costero con vista libre hacia la playa y lamento que se estén construyendo muchos locales feos.

Hay muchas sangres mezcladas en esta ciudad. ¿Cuál es la propia de ésta ciudad, si la hay?

Para entender por qué hay muchas sangres mezcladas en esta ciudad tendríamos que remitirnos a su historia. Yo soy un ejemplo vivo de esas mezclas: Peterson (noruego), Legrand (francés), Gutiérrez (español o mexicano) Moretto (italiano), sin embargo me siento tan mexicano como mi señora que se apellida Rodríguez Romero, y como un cucapá o un kiliwa.

La población crece día a día con personas que llegan de todas las latitudes, y cuando deciden echar el ancla para sumarse y luchar junto con los que aquí habitamos por generaciones, bienvenidos.

Más que la sangre que corre por nuestras venas, el tener memoria histórica y el sentido de identidad y pertenencia que nos da el ser de esta tierra es lo que cuenta. Además la población crece día a día con personas que llegan de todas las latitudes y cuando deciden echar el ancla para sumarse y luchar junto con los que aquí habitamos por generaciones, bienvenidos. No creo que haya una sangre propia de Ensenada. Me viene a la memoria el recuerdo de mi querido amigo el doctor Katsuo Nishikawa, hijo de padres

japoneses. Cuando fue a Japón a estudiar, dijo: “Ahí es cuando me di cuenta de que era mexicano debido al choque cultural con el que me encontré”.

En su opinión, ¿cuál es o debería ser la misión de un medio impreso hecho en Ensenada?

Convertirse en un vehículo a través del cual se pueda expresar la sociedad; ser un puente entre sociedad y gobierno. No sólo informar sino también formar, educar; promover los valores y fortalezas de la sociedad; equilibrar dando a conocer lo positivo que se hace en el tejido social y evitar caer en el amarillismo. Cuidar de la buena fama de los habitantes. Señalar constructivamente los desaciertos de ciudadanos e instituciones; sustentar su quehacer en la ética. Contribuir al bien común y la justicia. Mantenerse al margen de afinidades partidistas y no perder la objetividad al dar a conocer lo que sucede día a día en Ensenada.

En su experiencia como comunicador ¿Cuáles valores lo han regido y por qué los eligió?

El reconocimiento a la dignidad de toda persona, el amor, la justicia, la solidaridad, la responsabilidad, entre otros.

La dignidad, porque siempre veré a quien esté frente a mí no como una persona inferior o superior, sino igual en dignidad porque es hijo del mismo Creador, porque es un ser racional que tiene memoria histórica y al igual que yo, busca realizarse como persona.

El amor: Bien decía san Agustín: “Ama y haz lo que quieras”. Quien ama siempre buscará el bien del otro, sabrá darse a los demás y esto hay que cultivarlo.

La justicia: Con ella mi voluntad siempre estará dispuesta a darle a cada quien lo que le pertenece.

La solidaridad: Si la encarno en mi vida estaré dispuesto a unir esfuerzos con

los demás para alcanzar metas comunes que nos hagan ser mejores.

La responsabilidad: Sin ella seremos incapaces de construir algo, y por otro lado si soy poseedor de derechos, también debo ser responsable para cumplir con mis deberes.

Los elegí porque los considero fundamentales para orientar mi vida sin olvidar los valores trascendentes.

¿Cuál de sus libros lo ha dejado más satisfecho como escritor y por qué?

Crónicas Ensenadenses, porque me han permitido profundizar mis raíces, el sentido de pertenencia y la identidad como ensenadense y, porque –estoy seguro– he contribuido con otros muchos para que profundicen en su reflexión en esa búsqueda de identidad y profundizar en el amor a este rincón de nuestra patria.



Parte de su trayectoria

- Cronista de la ciudad de Ensenada.
- Director de educación del municipio de Ensenada.
- Presidente del patronato y fundador del Archivo Histórico de Ensenada.
- Director de la Casa de la Cultura, Ensenada, B.C.
- Representante del presidente municipal en el Consejo de Conservación del Patrimonio Cultural de Baja California.
- Profesor de las materias de Historia de las ideas políticas, Filosofía del Derecho y Ética en Universidad Xochicalco campus Ensenada.
- Director de Casa Hogar para Varones en Mexicali, B.C.
- Capacitador externo de cursos, talleres y seminarios: Liderazgo, Éxito en el Estudio, Comunicación Efectiva y Valores y Actitudes.
- Director administrativo del DIF Estatal
- Coordinador estatal de comunicación de la Secretaría de Educación y Bienestar Social y del Instituto de Servicios Educativos y Pedagógicos de B.C., del Gobierno del Estado de Baja California.
- Secretario particular del secretario de educación de B.C.
- Secretario técnico del Consejo Estatal de Población del Gobierno del Estado de Baja California.
- Director del periódico *El Vigía*, en Ensenada, B.C.

Algunos de sus libros

- *Incursiones en el periodismo*
- *Oraciones y pensamientos*
- *Conciencia Política*
- *Conciencia Social*
- *Crónicas Ensenadenses (dos tomos)*
- *Crónicas de Viaje*

Dentro del periodismo

- Articulista del periódico *La Crónica*, en Mexicali, B.C.
- Consejero editorial durante el año 2000 del periódico *La Crónica*, en Mexicali, B.C.
- Articulista del periódico *Zeta* por 13 años
- Actualmente consejero editorial del periódico *El Vigía* de Ensenada, B.C.
- Articulista del periódico *El Vigía* de Ensenada, B.C.
- Articulista del periódico *Frontera* de Tijuana, B.C.
- Articulista del periódico *Presencia* de la Diócesis de Tijuana, B.C.
- Tiene más de dos mil artículos publicados



Archivo histórico de Ensenada

- Invitó a un grupo de ensenadenses a formar el Archivo Histórico de Ensenada.
- Hizo los trámites ante notario para su formación.
- Donó al Archivo todas sus fotografías antiguas, por el orden de unas 300.
- Donó al Archivo todos sus libros de historia.
- Donó al Archivo todos sus documentos antiguos.
- Donó al archivo todos los ejemplares del periódico *El Vigía* correspondientes a 1985 y 1986
- Ha publicado cerca de 80 artículos sobre Ensenada, sus personajes, edificios y eventos.

Como docente en Universidad Xochicalco

- Historia de las Ideas Políticas
- Filosofía del Derecho
- Ética

Organizaciones

- Organización para el Desarrollo de la Comunidad. Odeco.
- Grupo Madrugadores de Ensenada
- Fue presidente del Patronato del Archivo Histórico de Ensenada

Perteneció:

- Seminario de Cultura corresponsalía en Ensenada, B.C.

- Club Toastmasters de Ensenada, B.C.
- Comité Pro-conservación de las Misiones de Ensenada B.C.
- Comité de la Cruz Roja de Ensenada, B.C.
- Ejecutivos de Ventas y Mercadotecnias de Ensenada, B.C.
- Comité de la Escuela de Enfermería "Miguel Server" de Ensenada, B.C.
- Socio de la USEM (Unión Social de Empresarios Mexicanos) de Mexicali, B.C.
- Caballeros de Colón
- ACJM
- Movimiento Familiar Cristiano 🐾

* Escritor y editor. Licenciado en Letras Españolas por la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Imagen: de archivo

Ensenada



EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

CURSOS Y DIPLOMADOS

- Diplomado en Masoterapia
- Diplomado en Nutrición
- Diplomado en Consejería de Adicciones
- Diplomado en Mercadotecnia, Ventas y Redes Sociales
- Diplomado en Diseño Digital
- Diplomado en Ciencias Forenses
- Diplomado en Seguridad e Higiene y Salud Ocupacional
- Diplomado en Anatomía y Fisiología
- Diplomado en Recursos Humanos
- Diplomado en Tanatología
- Diplomado en Diseño de Interiores
- Diplomado en Fotografía Digital y Edición de Imagen
- Diplomado en Terapia de Lenguaje
- Diplomado en Prevención del Maltrato Infantil y Abuso Sexual
- Diplomado en Diseño de Jardines
- Diplomado en Nutrición Clínica
- Diplomado en Juicios Orales
- Diplomado en Farmacología Clínica
- Diplomado en Liderazgo y Habilidades Gerenciales
- Diplomado en Relaciones Públicas y Coordinación de Eventos
- Diplomado en Certificación de Hospitales
- Diplomado en Derechos Humanos
- Computación Básica para Adultos

Informes: **174-39-80 y 81** ext. 132 y 145

ilianadeavila@xochicalco.edu.mx

www.xochicalco.edu.mx



Don Quijote: el joven

Al analizar la juventud de Alonso Quijano, podemos comprender al Don Quijote de Mancha ya maduro, y sus generosas y desinteresadas extravagancias.

Por **Mtro. Benjamín Méndez Mora***

Como lo recordarán todos, la famosa Obra de Cervantes nos presenta a un Don Quijote que alrededor de los cincuenta años se ha retirado a su casa de Argamasilla de Alba para leer novelas de caballería. Acerca de la vida que llevara hasta ese tiempo, es nada o casi nada lo que nos dicen las dos partes de la obra publicadas hasta el presente. Es mi opinión que Don Miguel tenía también en su ánimo la idea de narrar la juventud de su Héroe, pero la muerte le impidió dar forma artística a nuestro personaje.

El desventurado se resintió por aquella infame injusticia y cayó en una especie de melancolía fantásica de la que nunca se recuperó.





La imaginación nos lleva a un Don Quijote nacido en una familia noble, pero venida a menos; desde la infancia dio muestras de espíritu audaz y de ingenio movedido. Siendo algo mayorcito, y habiendo aprendido algo de latín y teología con el sacerdote del lugar, fue enviado por su padre a la famosa Universidad de Salamanca donde en un principio se sintió atraído por las cátedras que dictaban los maestros de Filosofía.

Es mi opinión que Don Miguel tenía también en su ánimo la idea de narrar la juventud de su Héroe, pero la muerte le impidió dar forma artística a nuestro personaje.

Pero al cabo de un par de años perdido en aquella fatigosa y tediosa disciplina, nuestro Alonso Quijano -pues este era su verdadero nombre- se disgustó de aquellas acrobacias y artimañas mentales y de tan estériles juegos dialécticos; entonces se orientó hacia las letras humanas y halló sus deleites en escribir romances y redondillas sobre temas amorosos. Durante este período se había enamorado de una hermosa jovencita, hija de un corregidor, doncella que, aún cuando más no fuera que con miradas y guiños, daba señales de corresponder a su tímida pero fogosa pasión. Finalmente, una noche pudo hablarle aunque por pocos momentos, y la joven, temblando en la oscuridad, le prometió que sería suya y jamás de ningún otro. El joven caballero, delirante de felicidad, continuó soñando y escribiendo para ella poemas tan ardorosos que, según escribe Cervantes, “parecían chamuscar el papel en que los garabateaba”. Pero.... Un mal día el pobre enamorado se enteró de que su prometida se había casado con un doctor en leyes, amigo del padre de ella.

Entonces Don Quijote comprendió de qué clase de paño estaban hechas las mujeres, sin excluir a las que parecen angelicales, y cobró hasta contra la poesía que tan poca ayuda le había prestado. Fue tal su desesperación que solicitó y obtuvo ser admitido como novicio en un convento de carmelitas. Desde su temprana niñez había sido un cristiano devoto, y ahora, sabida la traición de la amada, se persuadió de que únicamente Dios merecía el afecto íntegro de su corazón. Permaneció en el convento por más de un año, esforzándose por llegar a los más elevados grados de la perfección. Pero el espectáculo que le brindaban los monjes, tanto a los jóvenes como a los viejos, era para su cándida alma algo muy distante de ser ejemplo de edificación. Los más perezosos e indiferentes, como ligados por un hábito mecánico a los deberes externos de su profesión. Algunos se mostraban arrogantes, impacientes, malignos e hipócritas. Ni siquiera faltaba alguno que se embruteciera en la ebriedad o buscara a las mujeres.

El futuro Don Quijote tuvo valor suficiente para quejarse de aquellas desvergüenzas ante el Maestro de Novicios, quien desde ese día le cobró ojeriza y se complacía atormentándolo con castigos injustos. Una buena mañana, el Superior del convento lo llamó a su celda y le dijo que no estaba seguro de su vocación religiosa; el joven novicio tuvo que dejar los hábitos y salir de allí. Gracias a la protección que le brindó un Tío Marqués, bien visto por el Rey, fue recibido como gentil hombre de cámara en la corte de Madrid.

Según lo da a entender Cervantes, esa experiencia fue una de las más desgraciadas en su vida. Contaba ya casi treinta años de edad y su espíritu había madurado con largas lecturas y meditaciones. Todo cuanto observaba a su alrededor le hacía sufrir: la corrupción de las damas, la altanería de los grandes, la avidez de los ministros, las intrigas de los cortesanos, hería y ofendía continuamente su ánimo sensible y delicado. No pudiendo aguantar más el hedor de aquella cloaca dorada, pidió licencia a Su Majestad y obtuvo permiso para dirigirse al Nuevo Mundo, como oficial de la guardia de un virrey. Al comienzo el joven castellano halló grandísimo placer recorriendo a caballo montañas y bosques, en medio de gente salvaje tan diversa de la que moraba en su patria. Pero tiempo después también esta nueva experiencia concluyó dolorosamente, como las anterio-

res. Cristiano e hidalgo como era, el futuro defensor de los débiles no pudo soportar la vista de las atroces exacciones y cargas a que eran sometidos los pobres indios.

La crueldad y jactancia de los conquistadores, la avidez y desenfreno de los oficiales de gobierno, los abusos y costumbres depravadas de la soldadesca, todo esto lo llenó de náuseas, repugnancia y horror.

La imaginación nos lleva a un Don Quijote nacido en una familia noble, pero venida a menos; desde la infancia dio muestras de espíritu audaz y de ingenio movedizo.

En su honrada ingenuidad tuvo la malhadada idea de denunciar tales vergüenzas al Consejo de Indias, que tenía su sede en Sevilla. Se envió entonces desde España un inquisidor real, quien comprado con ducados sonantes por el virrey, escribió en su informe que el señor Alonso Quijano era un visionario calumniador, un desatinado loco, y como tal lo hizo arrestar. Llevado a España fue encerrado en las cárceles de Alba de Tormes, donde languideció por espacio de varios años sin ser juzgado por tribunal alguno. El desventurado se resintió por aquella infame injusticia y cayó en una especie de melancolía fantástica de la que nunca se recuperó. Finalmente fue considerado enfermo poco peligroso y le devolvieron la libertad. No hizo entonces intento alguno por reiniciar una nueva vida. Volvió a la casa paterna, en la que ya habían muerto todos los suyos, y procuró consolarse de la desagradable realidad, por él en tan diversos modos conocida, refugiándose en el reino de la fantasía heroica y poética, en los poemas caballerescos y

novelescos donde hallaba intelectualmente satisfechos sus ideales de caballero cristiano, enamorado y sin miedo.

Lo que le sucedió una vez saturado con aquellas lecturas solitarias, es conocido por todos los que han leído la obra maestra de Don Miguel de Cervantes y Saavedra. Pero me parece que en esta hermenéutica cualitativa, podemos encontrar la clave y justificación de las fantasías y empresas de Don Quijote de la Mancha. Finalmente, se comprende así también por qué el viejo hidalgo, desilusionado, contristado y perseguido, solo en su casa, se consagró a leer aquellos libros de aventuras imaginarias, los únicos que podían consolarlo y compensarlo de la dura y sucia realidad que hasta entonces tanto le habían hecho sufrir. Al analizar la juventud de Alonso Quijano, podemos comprender al Don Quijote de la Mancha ya maduro, y sus generosas y desinteresadas extravagancias. 🐾

*Mtro. en Pedagogía, Docente de la Maestría en Dirección de Obras en Universidad Xochicalco Campus Mexicali.

Referencia Bibliográfica:
De Cervantes y Saavedra, Miguel: *El Ingenioso Hidalgo Don Quijote de la Mancha*

¿Eres estudiante? Tips para administrar tu dinero

Administrar inteligentemente las finanzas requiere algo más que comprensión de las matemáticas, debemos planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos financieros.

Por Lic. Olivia Venegas*

Es importante tener en mente que una buena administración ayuda a planificar, organizar, dirigir y controlar básicamente los recursos, ya sea humanos, financieros, materiales, tecnológicos, el conocimiento, etc. Toda persona necesita mantener un control de sus finanzas para con ello evitar complicaciones futuras, pero ¿qué pasa si eres estudiante? Te has preguntado ¿Cómo puedes administrar adecuadamente tu dinero? ¿Cómo sacar un mayor provecho a tus recursos?

En el caso de las finanzas, realiza un presupuesto lo más real que puedas, con ello sabrás cuánto de tu dinero tienes disponible para utilizarlo en lo planeado. Esto te permitirá continuar con lo proyectado originalmente, además de que aprovecharás de forma óptima tus recursos, tendrás un control de tus finanzas y evitarás preocupaciones futuras.

Es importante considerar tus gastos relacionados con alquiler, comida, transporte, ropa, diversiones, libros, servicios públicos y cuando tu economía te lo permita, recorta gastos.

Otros consejos relacionados con las finanzas son: comprar con inteligencia, aprovechar lo que ya se tiene en lugar de comprar más, buscar y realizar compras a precios bajos y de buena calidad, no adquieras productos o servicios sólo porque están con descuento. Siempre que tengas oportunidad, evita gastos innecesarios como compra de videos, cafés o golosinas caras durante un lapso de tiempo. Al final podrás utilizar tu ahorro en un uso que valga la pena; tal vez la compra de un libro, ropa o un viaje.

Y si cuentas con una tarjeta de crédito, recuerda que no estas gastando "tu dinero", estas pidiendo dinero prestado a la institución bancaria que te la otorga, el cual se tiene que pagar y, en muchas ocasiones con intereses por el no pago oportuno de la cuenta. Así es que, utiliza la tarjeta sólo para emergencia o para compras planificadas

Administrar inteligentemente las finanzas requiere algo más que comprensión de las matemáticas: como lo señala J.D. Roth en su artículo "6 tips para manejar las finanzas", gasta menos de lo que tienes y ahorra, la clave está en modificar tu mentalidad sobre el ahorro y los gastos, así como las inversiones.

Debes tomar en cuenta:

1. No gastar más dinero de lo que ganas y ahorrar parte de ello.
2. Aprende a sentirte satisfecho con lo que tienes y a ser feliz con el proceso de alcanzar tus metas.
3. Recorta tus gastos en las cosas que no son indispensables e invierte en lo que te haga sentir mejor.
4. Paga tus cuentas, te ahorrarás tiempo y dolores de cabeza
5. No inventes excusas por tu situación económica, las circunstancias pueden no ser tu culpa, pero sí tu responsabilidad.
6. No esperes que alguien más te diga cómo hacer las cosas. A nadie le importa más tu dinero que a ti. Tienes el instinto y la inteligencia para dirigir las riendas de tus finanzas.

Si estas consciente de cómo piensas y sientes en relación al dinero, podrás sacar un mejor provecho a las decisiones financieras que tomes. "Analizar tus actitudes sobre cómo gastas y ahorras, ayudará a tomar mejores decisiones financieras" según Ganiyah Fajingbesi, consultora pública, con sede en Baltimore agrupa éstas actitudes en 5 tipos de personalidad y asigna un color a cada una.

Verde: Es el típico emprendedor; el dinero siempre debe invertirse para crear el negocio.

Azul: Es un buen administrador financiero.

Amarillo: Acepta el reto y tiene una mentalidad de grandes ligas. Es un gastador



emocional y compra artículos de lujo para sentirse mejor.

Gris: No aspira a tener grandes cantidades de dinero, es una persona muy paciente.

Rojo: No maneja el dinero de manera realista. Siempre debe dinero y no tiene un plan para pagar sus deudas.

El dinero es el medio para alcanzar metas. Mientras más efectivamente administres tu dinero, más efectivamente podrá utilizarlo. Y tú, ¿con qué color te identificas? 🐾

*Docente de la Escuela de Diseño de Universidad Xochicalco, campus Ensenada.

Referencias
Robbins, Stephen P. y Decenzo, David A. (2009) *Fundamentos de Administración, conceptos esenciales y aplicaciones*, 6ta. Edición, México, Pearson Educación
<http://www.soyentrepreneur.com>
<http://www.handsonbanking.org>
© 2006, 2012 Wells Fargo Bank, N.A. Todos los derechos reservados. Miembros FDIC
www.federalreserve.gov/consumerinfo/consumercredit.htm

Victoriano Huerta (Primera parte: Biografía) continuación

Hijo de un padre mestizo y de una madre huichol, nació el 23 de marzo de 1854. Al momento de llevar a cabo el golpe de Estado contra Madero no era precisamente un jovencito, ya que contaba con 59 años de edad.

Por Arturo Gutiérrez de Alba*

“Entre los valores que nutrieron su etapa formativa (de Huerta) destacan el heroísmo, los triunfos sobre el enemigo y la convicción de que la ideología liberal era lo que México necesitaba para salir de su atraso secular”.

Eduardo Antonio Parra

Don Victoriano observó la fragilidad del gobierno que aparentemente defendía. Las rebeliones contra Madero se extendieron a Durango, San Luis Potosí, Jalisco, Puebla, Tlaxcala y Michoacán; además de Chihuahua y Morelos. Quizá el único militar que hubiera podido salvar al régimen constituido era el propio general; no obstante era su principal enemigo. La mañana del 9 de febrero de 1913 los rebeldes que estaban en contra de Madero liberaron a Félix Díaz y a Bernardo Reyes de sus respectivas prisiones en la ciudad de México. Este último fue muerto al llegar a Palacio Nacional y Díaz condujo, junto con el general Mondragón, sus tropas a la Ciudadela. El desenlace es conocido hasta el cansancio. Madero ante la imposibilidad de nombrar a otro general como comandante en jefe de las tropas fieles al gobierno, designó a Huerta “cabeza del ejército”. Hasta ahora se ha especulado sobre ese nombramiento y la mayoría coincide en concluir que fue el peor error. Es posible que el presidente supiera que si no lo hacía, Huerta se uniría a las tropas rebeldes y el golpe de Estado sería irremediable por más habilidades que Felipe Ángeles pudiera reunir. En realidad el presidente ya no contaba con ningún apoyo sólido, y menos en la capital de la República. Lo triste es que la mayoría de los historiadores coinciden en que Huerta pudo haber aplastado a los rebeldes rápido, pues aunque la Ciudadela era fuerte, nunca fue inexpugnable -ya había sido tomada con éxito en la época de Juárez-. No le importó enviar a los rurales a combatir para que fueran masacrados. La batalla se alargó a propósito para tener tiempo de maquinarse la traición.

Gustavo Madero supo de toda esa maquinación y arrestó al general. Al enterarse el presidente exigió que lo llevaran a su oficina.

Ahí regañó a su hermano por actuar sin autorización y le devolvió las armas con todo y su cargo a Huerta. La mayoría de los senadores y diputados, por su parte, estaban en contra de Madero; varios miembros de su gabinete también, así como algunos gobernadores. El grueso de los diplomáticos extranjeros se inclinaban a favor de Huerta. La población mostraba cansancio hacia el régimen que meses antes habían apoyado para ocupar la presidencia. La Decena Trágica aumentó el descontento de los ciudadanos.

El protocolo legal derivó en el nombramiento de Victoriano Huerta como presidente hacia la noche del 18 de febrero de 1913. El tercer presidente en ocupar el cargo en un día.

Tras celebrar el Pacto de la Embajada presidido por el embajador estadounidense, Madero y Pino Suárez, presos para esos momentos, fueron obligados a renunciar a sus cargos, ya que de lo contrario el nuevo régimen carecería de legalidad. El Congreso aprobó las renunciaciones respecti-

vas en una hora. La popularidad de don Ignacio se encontraba sumamente decaída. Según la ley, el poder se transfirió a Pedro Lascuráin, secretario de Relaciones, y éste nombró a Huerta secretario de Gobernación. Después de este procedimiento renunció. El protocolo legal derivó en el nombramiento de Victoriano Huerta como presidente hacia la noche del 18 de febrero de 1913. El tercer presidente en ocupar el cargo en un día. El 15 de julio de 1914 renunció Huerta ante el Congreso y se encaminó junto con su familia y la de Blanquet hacia el destierro. El crucero alemán Dresden llevó a bordo a los exiliados y desembarcaron en Jamaica. Estuvieron unos días en ese país y luego a bordo del vapor Patia se dirigieron a Londres. Tras una estancia de esparcimiento se dirigieron a Barcelona con el fin de establecerse. Durante siete meses en esa ciudad en el que “parecían disfrutar el destierro”, varios paisanos





establecidos en Europa lo animaron para que regresara al poder, situación que no le era desagradable. Para febrero de 1915 le visitó el capitán Franz von Rintelen enviado por el servicio de inteligencia del Estado mayor de Alemania. Le ofreció dinero para que pudiera regresar al poder con la condición de que “hostilizara a su vecino del norte” que pronto participaría en la primera Guerra Mundial. La intención de Alemania era mermar militarmente a Estados Unidos al tener que enviar soldados a México. Huerta no se comprometió pero tampoco cerró la posibilidad. Días más tarde le avisaron que muchos partidarios en el exilio “se disponían a iniciar una rebelión contra Carranza desde Texas. El mando lo tendría su antiguo adversario y ahora amigo Pascual Orozco, pero precisaban una figura política como Huerta”. Se animó el general y nuevamente se embarcó con rumbo a Nueva York.

Los alemanes le proporcionaron 895,000 dólares depositados en distintas cuentas, además de ocho millones de cartuchos y la promesa de los alemanes de entregarle 10 mil fusiles que transportarían por conducto de sus submarinos para ser desembarcados en las costas mexicanas. Al arribar a su destino se entrevistó con Orozco y conoció el plan que ya se encontraba totalmente detallado. Los generales exiliados radicados en esa ciudad pronto se pusieron a sus órdenes. En Texas y en Los Ángeles, los huertistas “estaban organizados y aguardaban la orden para unirse al movimiento”. Otros partidarios venían en camino desde Europa.

Los médicos del fuerte lo declararon enfermo grave de ictericia y anunciaron que no se recuperaría. Huerta dijo su última voluntad: que le gustaría morir entre los suyos.

A Huerta se le veía contento y activo a sus más de 60 años de edad. De Nueva York se dirigió a Newman, cerca de la frontera, para encontrarse con Orozco. No obstante desconocía que Carranza desde hacía tiempo presionaba a Washington con el objetivo de que actuaran para interrumpir sus intenciones. Al llegar lo recibieron Orozco y su yerno Luis Fuentes para llevarlo en carro hacia la frontera con México. Los agentes estadounidenses los arrestaron bajo el cargo de violar las leyes de neutralidad. Muchos partidarios de Huerta portando pancartas rodearon el edificio donde los tenían confinados. Temiendo un desorden mayor las autoridades de El Paso solicitaron a los militares se hicieran cargo de los detenidos. Fueron llevados a Fort Bliss cerca de la ciudad. Se les fijó una fianza y tanto a Huerta como a Orozco, se les concedió el arresto domiciliario. Orozco se escapó y las autoridades les cancelaron la fianza regresando a prisión a Huerta junto con varios

de sus partidarios. Su confinamiento en esta ocasión se llevó a cabo en la cárcel del condado y lo encerraron con delincuentes comunes. Su ánimo se derrumbó y más por los interrogatorios extenuantes a los que fue sometido durante seis días por los agentes del Departamento de Justicia. Se le volvió a fijar una fianza pero en esta ocasión Huerta la rechazó y permaneció en prisión. Para enero de 1916 se le fijó juicio en una corte de San Antonio. Mientras tanto su familia se mudó a El Paso para permanecer cerca de él. Se le concedió permiso para recibirlos. Su esposa le contó que su casa había sido cateada y que maltrataron a su familia. Huerta se quejó por medio de un telegrama ante los diplomáticos ingleses y alemanes. Éstos se habían olvidado de él. Pocas semanas más tarde se enteró de que Orozco había muerto junto con algunos partidarios como consecuencia de una emboscada llevada a cabo por militares y policías estadounidenses. La depresión lo envolvió y trató de mitigarla por medio del alcohol, “iniciando una larga borrachera”.

Enfermó gravemente y se le permitió trasladarse a casa con su familia. Estuvo por espacio de un mes en el que casi no hablaba. Nuevamente corrieron los rumores de una rebelión y fue devuelto a Fort Bliss. “Tras examinarlo, los médicos del fuerte lo declararon enfermo grave de ictericia y anunciaron que no se recuperaría. Huerta dijo su última voluntad: que le gustaría morir entre los suyos. Las autoridades se la concedieron, pero antes fue intervenido quirúrgicamente de la vesícula en un hospital Del Paso, el primer día de 1916”. El médico que lo operó encontró el hígado sumamente dañado por “cirrosis tóxica”. Le sometieron a una segunda operación en virtud de que ya no le funcionaban bien los intestinos. Se le trasladó a su casa y durante algunos días pareció que se recuperaba. Recayó y recibió al capellán de Fort Bliss para confesarse. Recibió los santos óleos y murió el 13 de enero de 1916. Sus restos se encuentran en el cementerio Concordia de El Paso, Texas. En su testamento aparecen muy pocos bienes dejados a su familia. Su tumba esta ubicada próxima a la de Pascual Orozco. Como todos, no se llevó nada a su muerte. Todo lo dejó aquí. Lo que es de aquí pertenece aquí... 🍀

* Maestro en Historia prieto.alba@yahoo.com.mx

Bibliografía

- Parra Antonio Eduardo, *Victoriano Huerta: semblanza de un tirano* (y de un régimen)
- Taracena Alfonso, *La verdadera Revolución Mexicana. (1901-1911) y 1912-1914*
- Katz Friedrich, *La guerra secreta en México*.

6 consejos para comprar por Internet de manera segura y efectiva

Comprar por internet se ha vuelto una manera rápida, fácil y sencilla de adquirir productos a buen precio, aunque todavía existe mucho miedo a los fraudes. Afortunadamente, existen formas seguras de comprar en línea.

Por Fabián Cámara*

La Internet se ha convertido en un medio de comunicación muy útil e importante para la mayoría de las personas. Gracias a ella, podemos estar informados al momento, en todo lugar, tener contacto con amigos y familiares que se encuentran lejos, revisar nuestras cuentas de banco o conseguir trabajo. Ha hecho que el mundo se vuelva muy pequeño. Es tanto su impacto, que hasta podemos realizar compras con un solo clic.

No es fácil tomar la decisión de poner datos personales en un portal desconocido, sin saber el uso que se dará a la información proporcionada.

La inseguridad existe

Actualmente encontramos muchísimos portales dedicados a la compra y venta de artículos de todo tipo: libros, ropa, autos, casas, juguetes, perfumes, aparatos electrónicos, e incluso víveres para nuestra despensa. La gama de productos es muy amplia, pero aquí viene la pregunta que muchos se hacen antes de realizar una compra por Internet: ¿Qué tan seguro es comprar en línea? La respuesta no es sencilla, se sabe del robo de contraseñas, identidad e incluso fraudes, lo que provoca la desconfianza en el usuario.

No es fácil tomar la decisión de poner datos personales en un portal desconocido sin saber el uso que se dará a la información proporcionada, y lo más preocupante es tener que colocar el número de la tarjeta de crédito esperando no ser víctimas de un

fraude con cargos extras y tener la incertidumbre si de verdad llegará a nosotros lo que hemos adquirido.

Combatiendo la inseguridad en la red

Si consideramos las ideas negativas que se tienen de la Internet, es realmente complicado pensar en comprar algo por este medio. Si bien es fácil hacerse adicto a las compras por Internet, no todo es malo: se pueden obtener grandes beneficios al convertirse en ciber-compradores.

El mayor beneficio es que se hace de una manera rápida, fácil y sencilla, sin la necesidad de salir de casa o la oficina, con sólo tener una computadora, tableta o teléfono celular conectado a Internet.

Para tener más seguridad y control sobre nuestras tarjetas o cuentas en línea ya existen algunos servicios de transacción por Internet. Funcionan como un guardián de datos de cualquier plástico, sea de débito o crédito.

Después de llenar un formulario y dar el número de tarjeta se crea una cuenta y perfil de usuario en el servidor que hemos contratado. Desde ahí tenemos el control absoluto de las tarjetas que queramos utilizar en la red. Te cobran una cantidad mínima que no pasa de los 40 pesos (mexicanos). En algunos casos se bonifica lo que se paga mediante un código de seguridad que aparece en tu estado de cuenta, el cual hay que ingresar a la cuenta que creamos anteriormente.

Cómo usarlo

El servicio es muy sencillo, ya dados de alta, al realizar una compra en un portal hay opciones de pago con diferentes tipos de tarjetas y servicios de transacción por Internet. Cabe aclarar que no en todos es aceptado, hay que buscar el logotipo del servicio que contratamos.

Una vez que encontramos el logotipo del servicio que contratamos en la página donde queremos comprar algo, simplemente le damos un clic en la opción de pago y automáticamente se abre otra ventana donde nos pedirán autorización para realizar el pago, pidiendo algunos datos para comprobar nuestra identidad.

Tras autorizar el pago llega un aviso de la transacción a nuestro correo electrónico: la página donde se hizo la adquisición, el monto, la fecha y la hora. Si no se autoriza la compra desde la ventana que pide nuestros

datos, la operación se cancela y no hay ningún tipo de cargo.

Ahora te daremos algunos consejos para comprar por Internet

1. Verifica la reputación de la página donde quieres comprar

Si es muy conocida, si tiene muchos usuarios, es de cosas nuevas o usadas, si conoces a alguien que haya utilizado el servicio, los comentarios de las publicaciones, el tipo de pagos y qué tan convenientes son los precios que manejan.

Actualmente encontramos muchísimos portales dedicados a la compra y venta de artículos de todo tipo: libros, ropa, autos, casas, juguetes, perfumes, aparatos electrónicos, e incluso víveres.

2. Revisa las formas de pago que tiene la página

Cargos directos a tarjetas de crédito y/o débito o los servicios de transacciones por Internet que explicábamos anteriormente y, en algunos casos, por la desconfianza que aún se genera para pagar con tarjetas, ciertos portales manejan depósitos bancarios, pagos en algunas tiendas con cargos extras por el servicio o contra-entrega (pagar directamente al recibir el producto o servicio).

3. Toma la mejor decisión de compra

En algunos portales cambia mucho el precio del mismo producto, así que hay que revisar cuidadosamente dónde conviene comprarlo, buscar promociones y ofertas, pues en algunas páginas lo hacen en horarios o días específicos.

4. Contempla el costo del envío

Regularmente no es muy caro e incluso no lo cobran si hay alguna promoción. Revisa bien este punto porque en algunas ocasiones lo que te puedes ahorrar comprando en línea los gastas en el envío, sobre todo si lo haces en un portal internacional.

5. Verifica los cargos con tu banco

Si contratas un servicio de transacción por Internet y hay cargos no reconocidos, se debe notificar al servicio inmediatamente para que sea rastreado, se cancele la compra y se devuelva el monto. Esto puede llevar algún tiempo, pero es la ventaja que se tiene con estos servicios si llegara a suceder algo así.

6. Utiliza las mejores opciones

Hemos hablado de los servicios de transacción por Internet, pero no hemos dado opciones, las más conocidas son: Pay-Pal, Safety Pay, Amazon Payments, Google Checkout y Money Bookers.

Ahora sí: no tienes pretexto para probar la compra en línea. Siempre debes tener cuidado a no hacerte adicto a las compras en línea pero lo cierto es que, usada sabiamente, con esta tecnología te ahorrarás tiempo, esfuerzo y, en muchas ocasiones, dinero. 🐾

Nota del editor: “Este texto, 6 consejos para comprar por internet de manera segura y efectiva, de Fabián Cámara, fue publicado originalmente en familias.com. Publicado con permiso del autor”

<http://familias.com/6-consejos-para-comprar-por-internet-de-manera-segura-y-efectiva>

*Licenciado en Comunicación, egresado de La FES Acatlán, UNAM.

Víctimas del Consumismo

El consumismo es una actitud que nos arrastra a buscar la aprobación de los demás; es un estilo de vida dañino que a la larga merma la autoestima y hace esclavos a los consumidores de las ofertas.

Por **Mtra. Faviola Villegas***



Hace algunos días mientras permanecía sentada en una silla de la cafetería cercana a mi lugar de trabajo vi a una familia que discutía los beneficios de la famosa semilla de chía, los productos de los infomerciales, los aparatos para la comodidad personal y todos los productos que

promueven los medios impulsados con el mensaje: *Llame ya.*

Desde que me inicié en mercadotecnia, me percaté de que la mayor parte de la sociedad considera a esta rama de la administración una herramienta del engaño, como un titiritero que



que apenas servirían unos meses y después terminarían en la basura para no ser usadas jamás, en un ciclo que se repite año tras año, como si el mantra fuera: si no compramos, no somos, no existimos.

Estudios serios señalan que la mercadotecnia, para ser efectiva, debe conectarse fuertemente con las emociones de los consumidores para trascender.

Por otro lado, el impacto ambiental que genera el exceso de basura al existir un consumismo indiscriminado es una dura realidad. Por lo menos en nuestro país, la cultura del reciclaje no se hace presente. Otro símbolo de esta actividad (o lo llamaría mejor: actitud) son las tiendas que venden bienes de consumo a un precio “bajo”. La mayoría de estos artículos tienen un tiempo de vida muy corto por la misma calidad que representan y porque al adquirirlos pasan a ser parte de un inventario casero que a veces no recordamos de que está compuesto, ya que por lo general, no eran necesarios y terminan en algún sitio de almacenamiento en nuestros hogares esperando a ser utilizados. La obsolescencia programada en su máximo esplendor.

Pero volvamos al juicio hacia la mercadotecnia. Sí: la mercadotecnia es responsable de hacer que los individuos deseen tener cosas que muchas veces no necesitan, y reafirmo, por ello la sociedad está despertando y está exigiendo un *marketing* ético y responsable; en lo personal me considero parte de los profesionales que buscan equilibrar la ética y la mercadotecnia sin abusar del consumidor y comprendo que poco a poco él mismo va tomando poder a través de las redes sociales y sitios especializados en Internet que buscan defender los derechos del consumidor. Es para mí muy agradable decir que las marcas ya no pueden salirse fácilmente con la suya sin ser ampliamente valori-

zadas y sujetas a escrutinio: es la nueva era del consumidor.

Seamos sinceros: ¿hemos cambiado? ¿Aca-so el consumismo se ha reducido un poco? Las cifras no son alentadoras. En las redes sociales vemos un dominio de las marcas, del marketing aspiracional donde nosotros somos el *target* y quienes lo impulsamos con nuestras compras sin límite.

A pesar de que la situación económica mundial ha sido un impedimento para el desarrollo de muchas empresas, hay otras que están creciendo. Las ventas *online* se acrecientan y los servicios son constantemente contratados y requeridos. Somos una sociedad que se hace más consciente pero, ¿por qué seguimos adquiriendo bienes innecesarios? Tengo una teoría: Vacíos. Vacíos emocionales, mentales, existenciales.

La mercadotecnia no hará que el consumidor salga de su casa para ir a comprar un bien, o que saques tu cartera para comprar muchos bienes como por arte de magia y control mental, pero SÍ motivará y usará los medios para impulsar la adquisición de bienes y servicios, sin embargo, estoy casi segura de que es aquello que está en la mente y en las emociones lo que condiciona que esos anuncios hagan mella en el ser humano -vamos-, mientras más vacía emocional y mentalmente se encuentre la persona, mayores probabilidades tendrán de ser presa de la mercadotecnia.

Quizá esta opinión no sea muy popular entre mis colegas, pero hay principios psicológicos que sostienen que cuando los seres humanos nos sentimos plenos con nuestra vida personal, es poco probable que el consumismo se convierta en nuestra actitud o nuestro estilo de vida. No caemos tan fácilmente ante las mentiras, porque sabemos quiénes somos y adónde vamos. No necesitamos comprar para sentirnos parte de ningún grupo. Estudios serios señalan que la mercadotecnia, para ser efectiva, debe conectarse fuertemente con las emociones de los consumidores para trascender. La mercadotecnia sabe que para llegar a su mercado, deberá saber cómo piensa, qué siente, qué pasa por la mente, y terroríficamente, puede que haya empresas o corporaciones que nos conozca mejor de lo que nosotros mismos lo hacemos, gracias a toda la información que proporcionamos a través de nuestras redes sociales, buscadores e información que mandamos a través de la red.

No quiero decir con esto que la carrera profesional sea dañina para la sociedad, porque NO lo es. Lo que quiero decir es que la mercadotecnia sólo es una herramienta maravillosa para

satisfacer necesidades y deseos del consumidor en un libre mercado; pero así como cualquier herramienta, todo está en quien la usa y cómo la usa. Hay empresas que aprovechan los vacíos de la sociedad y no contemplan el impacto psicológico, ecológico e incluso de salud hacia la sociedad; comercializan bienes de una manera tan intensiva y tan dañina que merecen ser auditadas o incluso clausuradas; empresas que saben que sus productos o servicios están fuera del marco ético y siguen funcionando. Promueven el consumismo desmedido usando la mercadotecnia como bandera, por ello, entiendo que satanicen o consideren a la mercadotecnia como una actividad ruin, pero en su defensa, sólo es el medio, como dije antes, la herramienta y por consiguiente el conductor de dicha herramienta puede que la esté usando incorrectamente.

¿Qué vamos a hacer con el consumismo? Una de las mejores maneras de combatirlo es el consumo responsable, otorgando prioridades a nuestras compras y analizar a profundidad cada vez que vayamos a adquirir algún bien: ¿Realmente necesito esto? Si lo adquiero, ¿me voy a endeudar más de lo que puedo pagar? ¿Estoy comprando esto porque estoy triste o enojado? ¿Hay alguna versión más económica de este producto que pueda cubrir mis necesidades?

Otra estrategia es educar a nuestros hijos a trabajar arduamente por cada cosa que desean, de manera que no les demos todo lo que requieren cada vez que lo piden, sino que trabajen por ello durante toda la semana o incluso por todo el mes para que ganen su propio dinero (otorgado por nosotros, si es que son muy pequeños) y se compren sus propios juguetes o artículos. Esto hará que valoren lo que tienen y no quieran adquirir lo primero que vean. Debemos enseñarles que no todo lo que ven en los medios es real, y cada vez que quieran adquirir algún artículo se pregunten las mismas cuestiones planteadas al principio de este párrafo. Hagamos que nuestros hijos atesoren mayormente las experiencias y no los bienes materiales, así los estaremos programando para enfrentar la actitud del consumismo por el resto de su vida.

Algo que debemos aprender es apreciar a la publicidad como lo que es: un intento artístico de las empresas por vender y eso es un mero espejismo acompañado de una dosis de realidad. No es lo que nos muestran las revistas, donde aparecen actrices perfectas después de dar a luz, ni artículos impecablemente perfectos. No son esos cuerpos musculosos de hombres, ni esos galanes seductores demostrando la efectividad de un desodorante *womanizer*.

Son intentos de vendernos algo: es válido, es bueno, es creativo y oportuno si estamos buscando un producto o servicio anunciado, pero no debemos degradar nuestra vida por adquirir productos que no necesitamos para impresionar a personas a las que no les agradamos.

Por último debo mencionar que el consumismo es una actitud que nos arrastra a buscar la aprobación de los demás; es un estilo de vida dañino que a la larga merma la autoestima y hace esclavos a los consumidores de las ofertas. Reafirmo lo mencionado anteriormente en este texto: ni la mercadotecnia ni la publicidad es negativa o ruin; depende de quién la usa y cómo la usa. Los consumidores deberían investigar a las empresas éticas que no abusan de los demás para subsistir, que no engañan ni dañan al medio ambiente, que son responsables y, tomándolas en cuenta, deberán usar los productos o servicios que realmente necesitan. Es permisible disfrutar el *marketing* y la publicidad, pero siempre teniendo presente: es la sociedad la que debe usar los productos, no la sociedad ser usada por quienes los producen. 🐾

*Docente en la Escuela de Diseño de Universidad Xochicalco, campus Mexicali.

Tijuana



The advertisement features a white coffee cup with a black lid and a logo that says 'D'Volada' and 'CAFE & SMOOTHIES'. The cup is placed in front of large, bold, white text that reads 'TU VASO GARANTIZA TU D'VOLADA'. Below this, the word '¡Pídelo!' is written in a stylized, yellow, cursive font. The background is a dark green with a subtle pattern of leaves and branches. In the bottom left corner, there is a small logo that says 'FRANQUICIA 200% MEXICANA'.



¿Por qué somos

Coyotes?

El Coyote (*Canis latrans*), significa “perro ladrador”. Proviene del náhuatl *cóyotl*. Los coyotes son animales que se encuentran en América del Norte y América Central. Se caracterizan por sobrevivir en ambientes adversos, son leales, protectores y solidarios con su especie.

Universidad Xochicalco enaltece los valores que distinguen a un coyote: buscamos aportar a la sociedad profesionistas sabios y conocedores de sus diferentes áreas de estudio; útiles y serviciales para con las personas que requieren de sus servicios y conocimientos. Capaces de realizar labores de manera rápida y eficiente, solidarizándose siempre con la comunidad que así lo demanda.

Quienes formamos parte de Universidad Xochicalco, al igual que los coyotes, no nos amedrentamos ante la adversidad, por el contrario, siempre nos adaptamos al medio que nos rodea afrontando los retos que se nos presentan, con la firme idea de ayudar y retribuirle a nuestros semejantes lo mucho que nos aportan, para juntos ser mejores como sociedad.

Un coyote se distingue por su sabiduría, motivo por el cual la cultura indígena Kiliwa, quienes habitan en el Norte de Baja California, lo consideran como un ser luminoso y creador: el Dios Meltí *?ipá jalá(u)*, el Coyote-gente-luna.

Por todo lo anterior, quienes formamos parte de la familia Xochicalco, hemos adoptado como emblema a un coyote.



Medios de Comunicación: nueva cultura de vida



Los medios de comunicación cuentan con una gran responsabilidad sobre informar a la población de los temas medio ambientales que afectan al entorno y a nuestro país.

Por Arq. Yolanda Lozano Páez*

Es muy notable la herramienta de información tan eficaz y oportuna que pueden llegar a ser los medios como la radio, la televisión, la prensa, así como los foros, las escuelas de comunicación, las bibliotecas electrónicas y los sistemas de comunicación de avanzada tecnología, entre otros, que resulta paradójica la desinformación medio ambiental que existe actualmente.

Esteinou Madrid (2000) dice que ante una “infraestructura comunicativa y cultural de sobra, para lograr un avance notable en el cambio de nuestra mentalidad colectiva frente a los problemas ecológicos, una vez más, el cerebro de nuestra sociedad

se mantiene aletargado y su crecimiento evoluciona a un ritmo infinitamente más lento que el que exigen las necesidades de desenvolvimiento de la población nacional”, por lo que “debemos construir desde los medios de comunicación colectivos una nueva Cultura de la Vida.” Esteinou (2000).

Con lo anterior se quiere decir que se debe aprovechar la oportunidad de vivir en el cambio y cruce de información para crear una idiosincrasia de defensa del medio ambiente en beneficio de la naturaleza y de nuestra sociedad, si pretendemos llegar a una conciencia colectiva que se convierta en una costumbre social.

El papel que tienen los medios de comunicación en la importante labor de crear un nuevo eje cultural con la tendencia a recuperar nuestros valores medio ambientales es trascendental.

¿Podremos cambiar de actitud?

La modificación a los ecosistemas naturales es paulatina y proporcional el crecimiento y desarrollo de la sociedad.

Esteinou (2000) nos expone la gravedad del problema cuando dice que el colapso ecológico en México es de tal magnitud desastrosa que las cifras e informes oficiales señalan:

Se debe aprovechar la oportunidad de vivir en el cambio y cruce de información para crear una idiosincrasia de defensa del medio ambiente en beneficio de la naturaleza y de nuestra sociedad.

1.- La deforestación avanza en el país a un ritmo de pérdida de 600 mil hectáreas anuales, cubriendo en la actualidad el 80% del territorio nacional.

2.- La velocidad de pérdidas de las áreas hidráulicas como las lagunas y cuencas es tal, que en el siglo XVIII se localizaba la existencia en el territorio nacional de más de 124 mil lagunas y actualmente no quedan más de 1000.

3.- Todas las cuencas hidrológicas del país se encuentran contaminadas y 29 de las 37 regiones hidrológicas están tan destruidas que han perdido la mayor parte de las especies de vida que las habitaban.

Esteinou, Javier Madrid, Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México D.F.

Además expone que “en los últimos años se ha tratado de concienciar a la población mundial acerca de los graves daños que está causando al medio ambiente a través de medios masivos de comunicación y campañas que se han puesto en marcha y, pasa que nuestra comunidad no se quiere comprometer”, tal vez no se ha podido mandar los mensajes de motivación adecuados para

involucrar a la sociedad a participar en el compromiso que se tiene de rescatar nuestros valores (Esteinou, 2000).

Es frecuente en nuestra vida diaria que la televisión y otros medios nos adviertan del daño que estamos causando al planeta. Diariamente se ve y escucha sobre el efecto invernadero, las altas temperaturas del planeta, las cuales ocasionan huracanes más violentos, precipitaciones abundantes que arrasan ciudades y poblaciones completas. Pero ¿qué tanto esto resulta en la memoria colectiva?

A pesar de lo efectivo y claro que pueden llegar a ser esos mensajes, es asombroso que todavía no se tenga un cambio mental, una percepción del deterioro que se causa a la naturaleza por prácticas y costumbres arraigadas, como por ejemplo: la mala disposición de los residuos de uso común, la quema de basura, la mezcla de desechos y otras prácticas en la vida diaria de cada individuo. Hasta cuándo se permitirá seguir con esa “Cultural de la Muerte” (Esteinou, 2000).

Las nuevas capacidades tecnológicas materiales conquistaron los medios de información colectivos a finales del siglo XX y principios del XXI, especialmente los electrónicos y a las transformaciones urbano políticas que se dieron, estos sistemas de información se convirtieron en el centro del poder ideológico y político contemporáneo de nuestra nación.

De haber sido instrumento de difusión relevante en 1960 en México, de transformarse en institución importantes de socialización en 1970, de convertirse en el cuarto poder político a partir de 1980, a principio del 2000 se transformó en el vértice del poder actual. Ya no sólo son simples instituciones importantes, sino que se han convertido en el “Primer Poder” ideológico que existe en nuestra sociedad. Esteinou (2004).

¿Cómo pudiéramos cambiar?

La cuestión es influir en las ideas colectivas, ¿cuál sería un medio eficaz con la capacidad de penetrar en el grueso de la población de nuestro país? Según Esteinou (2004) “no existen vehículos más eficaces

para transmitir la información colectiva a la sociedad que la radio y televisión. Estos medios transportan los mensajes fundamentales que moldean la personalidad de los mexicanos. En este sentido, las aspiraciones del pueblo, los anhelos del país que queremos ser y la visión del mundo y de la vida, se construyen en la nación lenta, cotidiana y eficazmente a través del contenido de la programación de estos sistemas de comunicación colectivos.

En este sentido los medios de comunicación cuentan con una gran responsabilidad sobre informar a la población de los temas medio ambientales que afectan al entorno y a nuestro país.

¿Cómo se pudiera dar ese tipo de información?

Esteinou (2000) se refiere a estos sistemas bajo un sentido crítico al exponer que “al final del siglo XX, en plena fase de Modernidad Cultural es paradójico que la programación televisiva y radiofónica de los principales medios de comunicación colectivos nacionales dedican alto porcentaje en sus espacios estratégicos para la transmisión de los deportes, los espectáculos, las modas, las telenovelas, los noticiarios sensacionalistas, las recetas de cocina, la información internacional del último momento, etc.; y a pesar del grado tan avanzado en la crisis ecológica que vivimos cotidianamente, no existen espacios sustancialmente relevantes para examinar, discutir y solucionar la grave realidad ecológica en nuestro país”.

Roselló y del Toro (2005), mencionan que “hay que pensar en la problemática de alcance mundial para ir en busca de los aspectos del entorno local que sirvan de punto de partida para comprender las acciones cotidianas, sus efectos sobre la salud del planeta, en este sentido los medios de comunicación social, esfera donde la dimensión ambiental ha encontrado defensores que se empeñan en habilitar espacios de polémica o informativos, sobre todo en los medios masivos de comunicación, para promover una nueva cultura ambiental. A esta labor se le conoce como Periodismo Ambiental, considerada como una rama del Periodismo Científico”.

Existe una serie de programas de comunicación encaminados a informar sobre el deterioro que se causa al medio ambiente y sus consecuencias, también es cierto que son un medio importante en la sociedad para dar a conocer lo que acontece en el mundo, que como lo dice Esteinou (2000), “las organizaciones más consolidadas de la sociedad civil nacional deben de organizar a los públicos de los medios de comunicación nacionales y extranjeros, particularmente electrónicos, para que no consuman aquellas mercancías o servicios que se anuncien respaldados por mensajes orientados claramente hacia la destrucción ecológica o el fomento a la cultura de la muerte.”

La deforestación avanza en el país a un ritmo de pérdida de 600 mil hectáreas anuales, cubriendo en la actualidad el 80% del territorio nacional.

Al incrementar más programas informativos y culturales en los medios masivos de comunicación que lleguen directamente a la población para conocer los problemas y alternativas de solución, será la única forma de poder cambiar y de transformar la mentalidad para estar más conscientes de nuestros problemas ambientales. Como ejemplos:

1.- Programas de transmisión diaria:

Donde se informe sobre los fenómenos climáticos por regiones y cómo protegerse de ellos. Ofrecer la posibilidad de acceso a mayor información y seguimiento, (Roselló y Del Toro, 2005).

2.- Dar a conocer más intensivamente:

Nuestra fauna silvestre, especies exóticas, especies en peligro de extinción y su hábitat, medios de reproducción y propuesta de campañas de protección.

Explicación del origen del problema y su posible solución, (Roselló y Del Toro 2005).

3- Programas diarios dirigidos:

Especialmente a dar a conocer nuestros espacios naturales, la flora y fauna, el agua, la atmósfera, la energía, suelos y residuos, todos estos temas que la mayoría no cuenta con información. Roselló y Del Toro (2005) información actual del tema y una forma accesible de comunicación con lenguaje sencillo.

En la actualidad muchos países como Alemania, Francia y España cuentan ya con publicaciones especializadas en medio ambiente y defensa de la naturaleza como las re-

vistas “Ambiente Ecológico” y “Aula Verde”, además de rutas con parajes naturales para su recorrido. Otra revista es “Ecología Internacional”, publicación dedicada al activismo y a la conservación del medio ambiente (S).

¿Y Mexicali cuenta con información ecológica?

La Ciudad de Mexicali es una ciudad dinámica, situada geográficamente en la frontera de Estados Unidos, a nivel de medios de comunicación masivos cuenta con dos repetidoras de televisión a nivel nacional, una repetidora privada con señal de cable, un canal independiente, dos repetidoras de televisión abierta, varios periódicos estatales y locales, estaciones de radio con transmisiones por Internet, distribución de revistas con temas políticos, turísticos y de





espectáculos, las cuales poco o casi nada hablan del medio ambiente y sus problemas.

Para poder lograr una conciencia social es necesario que los medios de comunicación incluyan dentro de sus prioridades la difusión de temas dirigidos al medio ambiente, los daños y sus consecuencias a la población, que contenga lenguaje sencillo, programas amenos e interesantes para poder captar así la atención del público en general.

Además se tiene que concienciar a varios círculos de la sociedad, como por ejemplo a los de producción industrial acerca de la grave situación provocada por la generación de energía, la fabricación de productos y el modo desinteresado de producir y tirar desechos. Son

estos medios informativos los que orientan a la sociedad y es a través de ellos y de la comunidad que se puede construir un cambio para lograr la “Cultura de la Vida”.

El problema que existe es que por ejemplo, una revista especializada no tiene la difusión y cobertura local, la mayoría de este tipo de medios especializados se encuentran en bibliotecas o Internet, espacios a los cuales las personas de escasos recursos o gente de la tercera edad difícilmente tienen acceso y son estos los más vulnerables a este tipo de eventualidades.

“En materia de educación ambiental la creatividad e ingenio son claves para lograr el interés y la participación del público. Sin embargo, muchas

A pesar del grado tan avanzado en la crisis ecológica que vivimos cotidianamente, no existen espacios sustancialmente relevantes para examinar, discutir y solucionar la grave realidad ecológica en nuestro país.

veces se considera como requisito esencial para encontrar soluciones comunicativas eficaces, contar con recursos financieros. Si se tiene en cuenta que el presupuesto global para la comunicación suele representar el 10 por ciento del presupuesto total de un programa de desarrollo e incluso en el caso de programas en gran escala se reduce al 1 por ciento, la cuestión económica limita la puesta en práctica de acciones comunicativas de manera sistemática. En espera de financiamiento se obvian las capacidades, la tradición cultural, los códigos y medios mas afines a las personas receptoras de los mensajes” (Roselló y Del Toro 2005).

Como lo menciona Esteinou (2004), la construcción de la conciencia, la cultura, la identidad, los valores cotidianos, en una idea, la visión de la vida diaria colectiva, cada vez más, se elabora a través de los medios de información y no mediante otras instituciones como las células familiares, las escuelas, la iglesia, los círculos culturales, el aparato burocrático o los partidos políticos. Es decir, si a principios del siglo XX la realidad colectiva se conocía en forma más directa, a comienzos del siglo XXI progresivamente conocemos más la realidad a través de las mediaciones que aportan los medios de información y no vía otras instancias de socialización mental. 🐾

*Jefa de Difusión y Relaciones Públicas de Universidad Xochicalco, campus Mexicali.



El estudiante de Arquitectura y la comunidad

El estudiante de Arquitectura debe comprender que los centros urbanos son los que propician las relaciones sociales, la creación de comunidades saludables, en donde los espacios tienen que ser amigables e incluyentes y deben propiciar una convivencia respetuosa.

Por **Arq. Ruth Alvarado Grimaldo***

Para comenzar, ¿De qué manera se le puede introducir al alumno que va iniciando su carrera profesional en las necesidades de su comunidad y en los problemas sociales? ¿Cómo lograr una concientización social en un alumno que prácticamente esta recién desempacado del bachillerato? ¿Cómo hacerle entender al futuro arquitecto el impacto que tendrá en la sociedad cuando se desempeñe como profesionista?

Con estas y más interrogantes empecé a impartir la materia de Métodos de Investigación a los alumnos de primer

semestre de la Escuela de Arquitectura. Y es que hoy nos enfrentamos a un grave problema, en gran parte de la formación que hemos recibido a lo largo de nuestra carrera universitaria, actualmente se requieren arquitectos egresados con una postura crítica adquirida a través de una formación humanista, que sean capaces de vincular las necesidades reales de los consumidores finales en términos de habitacionalidad, funcionalidad y desarrollo social comunitario, que sean capaces de reorientar el sentido de la producción de vivienda desde la pers-



pectiva socioeconómica, no enfocándose exclusivamente en su producción como mercancía, sino como un satisfactor a una necesidad humana básica; y frenar la generación de desarrollos habitacionales con vivienda social cara e inadecuada que se convierten posteriormente en cinturones problemáticos con altos costos económicos y sociales.

Durante la formación en la carrera se debe caminar de la mano de las Ciencias Sociales, para que el arquitecto egresado no se convierta en un ser con conocimientos fríos y descontextualizados de los problemas sociales. Para que su mayor interés sea mejorar la calidad de vida de las familias residentes en los desarrollos habitacionales; se habla de desarrollos y no de viviendas, ya que lo que se cons-

truye no son casas únicamente, sino comunidades. Por lo tanto implica ofrecer viviendas y conjuntos con mayor calidad, con más y mejores servicios, con equipamientos en los que interactúen los vecinos creando y creciendo sus comunidades, en el lugar donde se van a desarrollar sus hijos, con un entorno en su conjunto que sea sustentable, que genere dinámicas exitosas hacia el interior.

Según el Programa Sectorial de vivienda 2008-2012 “la vivienda es el espacio en el que la familia encuentra estabilidad, seguridad, consolidación patrimonial, sentido de pertenencia y el entorno necesarios para el desarrollo integral del ciudadano, de la pareja y de los hijos, que las necesidades de vivienda de la población son un desafío permanente en toda sociedad.”

Al arquitecto mexicano se le ha formado para dedicarse al diseño, cálculo, construcción, dirección, supervisión y asesoría de una obra.

Pero, como arquitectos, ¿estamos logrando desarrollar fraccionamientos integrados por comunidades sustentables económicamente, que a través de sus propias aportaciones ayuden al mantenimiento de la urbanización y espacios públicos, sustentables ecológicamente, que sean capaces de darle mantenimiento a las áreas verdes y parques del fraccionamiento que habitan y sustentables socialmente, que sean comunidades con organización social avalada ante la autoridad?

Para lograr comunidades sustentables es necesario desarrollar modelos de intervención creando alianzas entre los

Actualmente se requieren arquitectos egresados con una postura crítica adquirida a través de una formación humanista, capaces de vincular las necesidades reales de los consumidores.

tres niveles de gobierno, los organismos que tienen injerencia en el tema de la vivienda, las desarrolladoras y la comunidad. Javier Sánchez (2012) afirma que “al construir vivienda se deben crear tejidos sociales equilibrados y democráticos con capacidad de generar condiciones de arraigo y riqueza social.”

Los problemas sociales que surgen en las comunidades de los fraccionamientos no pueden ser completamente resueltos con soluciones arquitectónicas, como rehabilitar construcciones, ya que el comportamiento de la gente no puede ser controlado, sin embargo, la creación de



espacios públicos y privados adecuados pueden incitar a mejores relaciones entre los residentes.

Para entender la problemática actual de la formación del arquitecto en México se debe partir del conocimiento de su perfil profesional y analizar la manera en que se ha venido enseñando la arquitectura en nuestro país. Al arquitecto mexicano se le ha formado para dedicarse al diseño, cálculo, construcción, dirección, supervisión y asesoría de una obra. En otros lugares del mundo los arquitectos únicamente se dedican a alguna de estas actividades, quedando varias de ellas exclusivamente en manos de otros.

La calidad de vida y las opiniones de los habitantes de los conjuntos debe ser un tema de interés en las escuelas de Arquitectura, para generar un círculo virtuoso en el que se ponga más énfasis en el

usuario y sus necesidades no sólo arquitectónicas, también sociales. “Los educadores deben preparar a los arquitectos para formular nuevas soluciones para el presente y el futuro, ya que la nueva era conlleva graves y complejos desafíos relacionados con la degradación social de los asentamientos humanos”.

El estudiante de Arquitectura debe comprender que los centros urbanos son los que propician las relaciones sociales, la creación de comunidades saludables, en donde los espacios tienen que ser amigables e incluyentes y deben propiciar una convivencia respetuosa. Debe entender que la gente prevalece como usuario fundamental de la ciudad y así se crearan comunidades integradas y sanas.

Es prioridad utilizar planes de estudio y una metodología de enseñanza de la Arquitectura que estén dirigidos a en-



Los profesionales de la Arquitectura necesitan desempeñarse con nuevas competencias “sustentables”, si se les pudiera llamar así a aquellas competencias que se abren a una dimensión prospectiva, es decir, con visión al futuro, que respondan a las necesidades de formación y transformación de espacios arquitectónicos que la misma transformación de la sociedad va demandando.”

En conclusión: más allá de los aspectos estéticos, técnicos y financieros ligados a las responsabilidades profesionales del arquitecto, las preocupaciones más importantes son el compromiso social de la profesión, es decir, la conciencia del rol y de la responsabilidad del arquitecto en su respectiva sociedad, así como la mejora de la calidad de vida a través de asentamientos humanos sostenibles. 🌱

tender y a resolver los nuevos problemas sociales. Los planes de estudio se deben adaptar a los nuevos procesos culturales, económicos y sociales, nuevos modelos basados en los procesos y no en los productos para enseñar Arquitectura, para poder tener un gremio más preparado, con mejores condiciones de trabajo pero sobre todo creo que para poder tener una mejor Arquitectura.

Debe existir una coordinación entre los desarrolladores, autoridades, organismos, instituciones, académicos, entre otros actores, para lograr hacer del sector un producto de una planeación de años y no un producto de las circunstancias.

“En general se percibe que no es fácil la tarea de formar arquitectos con estas nuevas dimensiones de la Arquitectura y su contexto. Un profesional de la Arquitectura necesita estar constantemente capacitándose fren-

te a los nuevos desafíos del mundo moderno. Antes se estudiaba una carrera para ejercerla así toda la vida, ahora las condiciones de constante cambio implica que para ejercer una carrera profesional se necesita estarse preparando “toda la vida”.

Un profesional de la Arquitectura necesita estar constantemente capacitándose frente a los nuevos desafíos del mundo moderno.

*Docente por asignatura de la Escuela de Arquitectura Campus Mexicali, Estudiante del 4º cuatrimestre de Maestría en Docencia Universitaria

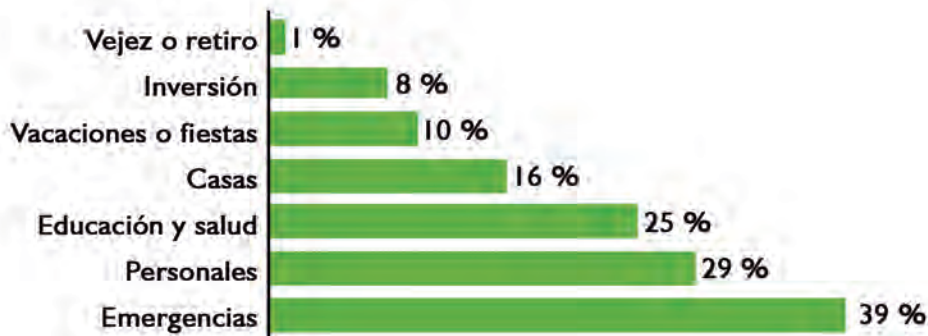
UNESCO. (2004). “Carta de la Formación en la Arquitectura”. Barcelona, España.

2. Cantú Hinojosa, Irma Laura. (2010). “Nuevos desafíos en la formación de Arquitectos a partir del impacto de la sostenibilidad en la Arquitectura”. Artículo originalmente publicado en ENTELEQUIA Revista Interdisciplinaria.

Conviértete en accionista de tu empresa favorita y gana dinero, ahora es posible

Las herramientas que hoy en día existen son suficientes para empezar a generar un cambio significativo en la economía personal y en la planificación financiera. El logro de metas y objetivos muchas veces se ven truncados por la falta de planeación y miedo a perder dinero.

Por Lic. Carlos Alberto Contreras Esquer*



Muchas veces cuando escuchamos hablar del mercado financiero, lo primero que pensamos es en inversiones multimillonarias, gente rica y poderosa; y hasta en películas taquilleras como *El Lobo de Wall Street* o *MarginCall*.

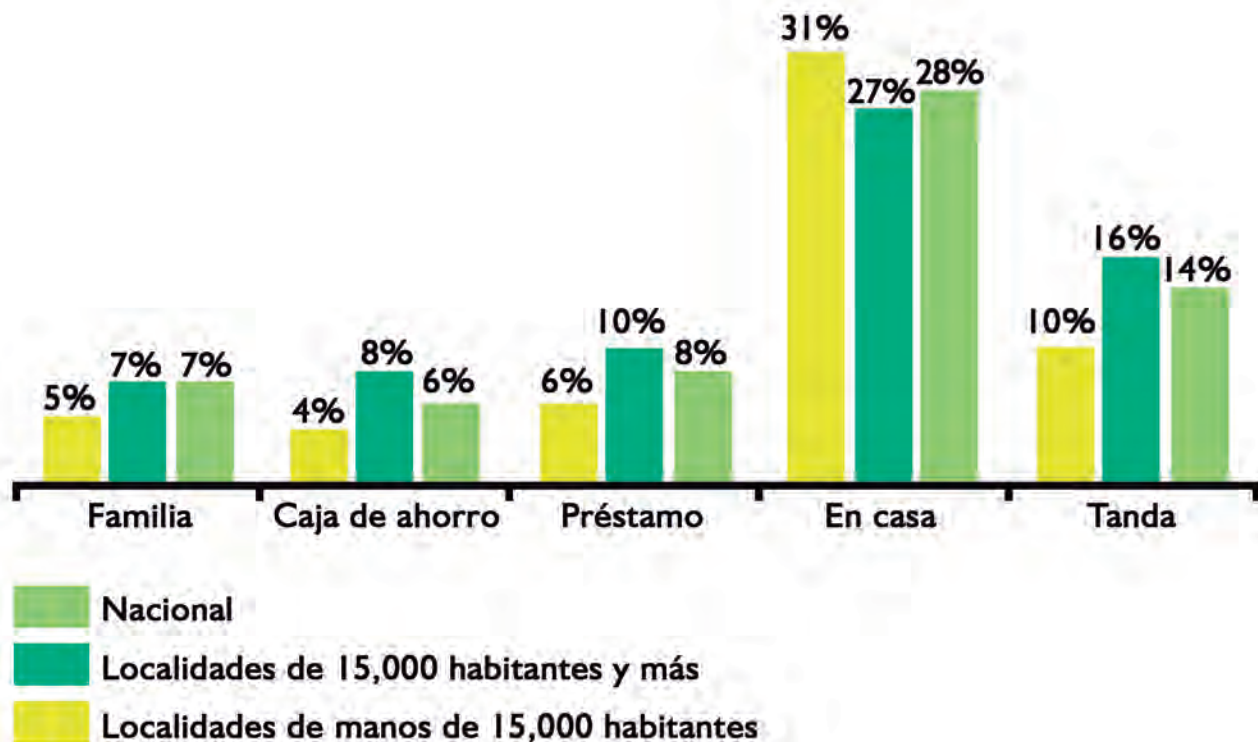
Ahora es muy fácil ser dueño de empresas transnacionales como *Coca-Cola Company*, *Wal-Mart*, *Facebook*, *Twitter*, *Telcel*, *Bimbo*, y muchas más. Gracias a la disponibilidad de las tecnologías de información y avances tecnológicos; pero sobre todo a que cada vez más jóvenes y adultos rompen con los mitos de las inversiones en la Bolsa Mexicana de Valores.

En México sólo el 35% de la población adulta (25 millones) cuentan con al menos un producto de ahorro formal y/o informal.

Hace una década el invertir en los mercados accionarios era cosa para millonarios, donde se manejaban grandes cantidades de dinero, muchos gritos y papeles en un salón con muchas personas corriendo de un lugar a otro. La Bolsa Mexicana de Valores, entidad encargada de administrar la compra-venta de acciones ha ido evolucionando gracias al cambio tecnológico. En la actualidad todos estos mitos y leyendas de invertir en la bolsa han sido superados gracias a la banca electrónica, competencia entre instituciones financieras, medios electrónicos, seguridad, entre otros.

Este artículo desarrolla temas como la educación financiera, inclusión financiera enfocada al ahorro y principalmente al mercado accionario.

La Inclusión Financiera es la participación de todas las autoridades e instituciones financieras para promover la educación en este ámbito y permita el mayor acceso y uso de productos y servicios financieros adecuados a las características y necesidades de los diversos segmentos de la población.



De acuerdo al Índice de Inclusión Financiera de BBVA Bancomer (2014), México ocupa el puesto No. 66 de 82 países participantes en dicho estudio, esto debido principalmente al exceso de documentación requerida, comisiones y falta de confianza en las instituciones financieras. En México sólo el 35% de la población adulta (25 millones) cuentan con al menos un producto de ahorro formal y/o informal. En los productos de ahorro formal predominan los ahorros de las cuentas de nómina (1.6% rendimiento promedio) y en las cuentas de ahorro (1.8% rendimiento promedio); mientras que los fondos de inversión son menos utilizados con el 2% de la población.

Este ahorro se destina generalmente a emergencias o imprevistos, gastos personales y en educación o salud. Mientras que sólo el 8% de la población lo destina a invertir y el 1% destinado al retiro o vejez.

Ahora bien, las personas que no ahorran (45 millones) mencionan como principal barrera la falta de ingresos, seguida por la falta de interés, con menor frecuencia los requisitos, falta de confianza, comisiones, etc.

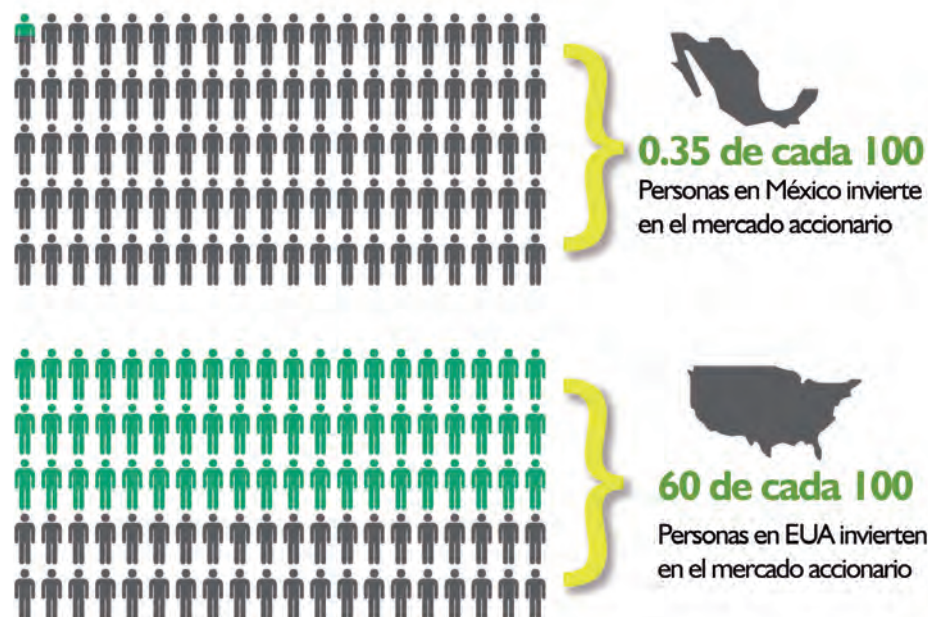
En el mercado informal del ahorro predomina el 44% de la población (31 millones) siendo el ahorro en casa y el uso de tandas los más populares como método de ahorro. Cabe mencionar que

el destino de este ahorro es similar al del ahorro formal, siendo en primer lugar los gastos personales, emergencia, educación y salud, respectivamente.

Analizando con detenimiento la información anterior, observamos que las principales barreras para fomentar el ahorro y la inversión se deben a la falta de recursos que genera cada persona, y cuando estos recursos existen son

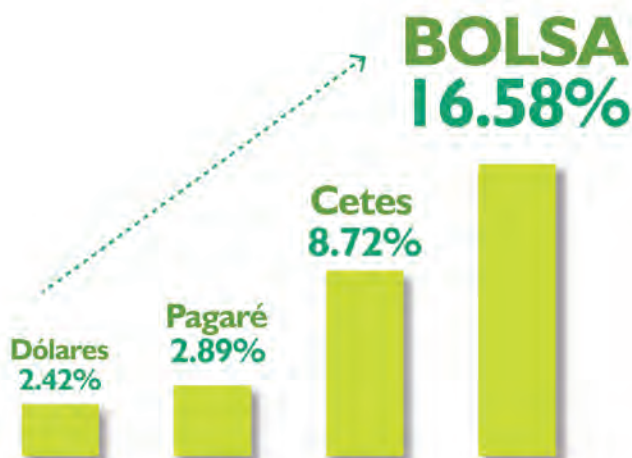
destinados a instrumentos que generan una utilidad nula debido a la informalidad del ahorro; o bien una utilidad mínima cuando el ahorro es formal.

Ahora bien, en el sistema financiero mexicano podemos encontrar 4 mercados que lo componen: mercados de dinero, mercado de capitales, mercado de divisas y mercado de futuros.



Por qué invertir en la Bolsa

Instrumento de inversión	Inversión a largo plazo	Rendimiento anual prom	Acumulado en 11 años
Bolsa	\$100 mil	16.58%	\$540,585.71
Cetes	\$100 mil	8.72%	\$250,844.09
Pagaré bancario	\$100 mil	2.89%	\$136,805.90
Dólares	\$100 mil	2.42%	\$130,086.58



1. El mercado de dinero consiste en la emisión de bonos, certificados de tesorería de la Federación (cetes), pagarés, etc., emitidos principalmente por el gobierno federal con el fin de financiar obras, proyectos, servicios, entre otros. Estos instrumentos son bajos en cuanto al riesgo, y generan una tasa de interés fija a determinado tiempo.

2. El mercado de valores (tema principal del presente artículo) se define como el conjunto de leyes, reglamentos, instituciones, intermediarios y participantes en general tendientes a poner en contacto la oferta y la demanda de títulos de crédito. La intermediación de valores tiene como objetivo financiero y capitalizar a las empresas, para brindar a los inversionistas una expectativa de ganancia patrimonial.

Para lograr entender el mercado accionario es necesario explicar lo siguiente:

Cuando una empresa requiere de capital, tiene básicamente dos formas de obtenerlo, una es a través de préstamos en forma de créditos o títulos de deuda, y la otra mediante la emisión de capital nuevo. La principal diferencia entre estas dos fuentes de financiamiento radica en que, con los préstamos, las empresas están obligadas a pagar alguna forma de interés a la persona o institución que les otorga el financiamiento, mientras que con la emisión de capital, las empresas sólo efectúan pagos a los inversionistas si la empresa genera utilidades. Esta diferencia hace que la emisión de capital sea menos riesgosa para las empresas pero más riesgosa para los inversionistas.

Los títulos que representan el capital invertido en una compañía se conocen como acciones y pueden tener diferentes características dependiendo del poder de votación que el poseedor de las acciones tenga en la empresa, las utilidades a las que

tiene acceso o el porcentaje de la empresa que representa.

Cuando se toma la decisión de incursionar en este mercado accionario, la Planificación Financiera juega un papel sumamente importante, ya que es el proceso de alcanzar los objetivos que tenemos en la vida a través del manejo adecuado de nuestras finanzas, y existen 4 principales variables para lograr definir esta planificación:

- **Tiempo:** Conocer la cantidad de tiempo que deseamos mantener una inversión para un determinado fin.

- **Perfil del Inversionista:** se refiere a las características de una persona que guían la manera en que debiera tomar sus decisiones de inversión, incluido su nivel de tolerancia al riesgo, en relación a los diversos instrumentos de inversión que existen en el mercado.

- **Objetivo:** Conocer perfectamente cuál es la finalidad de nuestra inversión.

- **Liquidez:** Facilidad de disponer de tus ahorros o inversiones en el momento en que se necesiten.

En la actualidad, gracias al uso de la banca electrónica y los medios de comunicación, se puede lograr un gran conocimiento de qué instrumentos financieros son los más asertivos al momento de emprender un negocio, ahorrar, planificar tu retiro, o bien afrontar alguna emergencia. Sin embargo también puede ser una barrera para lograr cumplir con tus metas, ya que en la red existen infinidad de productos financieros y elegir el adecuado muchas veces resulta difícil si no se tiene entendimiento de estos temas. Es primordial tener un objetivo claro y real de lo que se busca al momento de invertir, y el tiempo que le destinemos a cumplir estas metas.

México se encuentra en crecimiento de mente de obra en cuestiones financieras, donde los bancos, casas de bolsa, instituciones financieras e Instituciones de Educación Superior invierten e impulsan el desarrollo de la Educación Financiera en el país. El resultado de esta inversión se refleja en el crecimiento económico del país a través de personas que eligen impulsar el crecimiento de grandes empresas que buscan financiamiento y generar un constante flujo de efectivo en el país, aumentando en medida gradual el Producto Interno Bruto.

Cómo invertir en la Bolsa



Sin embargo, en el mercado accionario sólo el .35 de cada 100 personas en México opera y conoce los mercados accionarios. En comparación con Estados Unidos, 60 de cada 100 personas opera o invierte en sus tres principales índices de mercados financieros (Stándar& Poor, Down Jones y Nasdaq). Al igual que en la encuesta de inclusión financiera, la población económicamente activa desconoce o no le interesa como acceder a este tipo de mercados.

Como ya se mencionó anteriormente, el mercado accionario lo integran los inversionistas e intermediarios financieros; mejor conocidos como Casas de Bolsa.

Las casas de bolsa son instituciones financieras encargadas de gestionar la compra-venta de acciones mediante posturas que los inversionistas consideran oportunas, es decir, compran y venden acciones con el fin de generar ganancias por encima de las tasas nominales que ofrece la banca comercial y otros instrumentos de deuda. Las casas de bolsa cobran una comisión por el monto de la compra-venta de acciones y generalmente piden un monto específico para empezar a operar este tipo de instrumentos. Existen casas de bolsa en donde

se puede operar desde \$500 pesos hasta "X" millones de pesos.

En la imagen continua se muestra un diagrama paso a paso de cómo poder invertir en la Bolsa:

1. Se inicia a través de la apertura de un contrato con la Casa de Bolsa de tu elección.
2. Se llena una solicitud o test que permite conocer el perfil del inversionista, ya sea pasiva, moderada o agresiva (nivel de riesgo).
3. Proporcionar documentación básica
4. Firma de contrato de intermediación bursátil
5. Se realiza la transferencia de efectivo a la cuenta manejadora, la cual será operada por el inversionista.

Las herramientas que hoy en día existen son suficientes para empezar a generar un cambio significativo en la economía personal y en la planificación financiera. El logro de metas y objetivos muchas veces se ven truncados por la falta de planeación y miedo a perder dinero. Existen muchos recursos que te pueden guiar en este mar de las finanzas siendo las redes sociales los principales impulsores de esta cultura

financiera, por medio de Facebook, Twitter y YouTube; las Casas de Bolsa cuentan con información clara y precisa de los instrumentos financieros que operan, las reguladoras financieras te protegen y guían como invertir tu dinero, y la lista sigue y sigue.

En México se está generando una cultura financiera que paso a paso va marcando importantes logros en este campo, sin embargo es necesario reforzar a través de la educación financiera en temprana edad que permita generar hábitos de ahorro y estrategias de inversión para el cumplimiento de objetivos y metas en el corto, mediano y largo plazo. 🌸

*Docente de CEA de Universidad Xochicalco, campus Ensenada

Consejos para tus Finanzas Personales

Administrar tus finanzas es preparar el camino para una solvencia económica en la satisfacción de tus necesidades básicas y de las que generan valor en tu vida activa y de retiro.

Por **M.A. José Arturo De León***

*“Siembra un pensamiento y cosecharás una acción.
Siembra una acción y cosecharás un hábito.
Siembra un hábito y cosecharás un carácter.
Siembra un carácter y cosecharás un destino”.*

Mario Borghino

Les presento a continuación algunos consejos para llevar a cabo unas buenas finanzas personales:

1. Muchos de los problemas en las finanzas personales no se deben a la falta de ingresos, sino en la forma en que se gasta el dinero y la falta de ahorro.

Revise la forma en que gasta su dinero, cuales gastos generan valor y cuales son gastos son superfluos. El ganar mas no significa gastar más o adecuar su nivel de vida al nuevo ingreso. El ganar más nos faculta a tener excedentes de dinero para poder ahorrar e invertir y hacer crecer el dinero.

2. Sus activos produce riquezas, sus pasivos pobreza.

Revise su activo, su patrimonio, ¿a qué se debe este?, ¿Al endeudamiento o al crecimiento de su dinero? Si es producto del endeudamiento, revise bien en qué gastó y cómo se endeudó: crédito a pago fijo o tarjetas de crédito. Usar tarjetas de crédito para financiar el patrimonio resulta una fuente muy costosa de financiamiento. Evite pagar sólo el mínimo de sus tarjetas, esto sólo incrementa el costo del capital. Maneje las fechas de corte y pago de su tarjeta, pa-

gando siempre el monto para no generar intereses, esto le puede dar hasta 45 días de crédito sin costo de capital. Si esta ya agobiado por la deuda de su tarjeta de crédito, busque reestructurar su deuda a pagos fijos, esto disminuirá el costo del crédito. Pague de inmediato sus pasivos, limitan su capital de trabajo, el ahorrar e invertir e incrementado su pobreza.

3. Revise cómo administra el dinero, no cuánto dinero administra.

El tener finanzas sanas va de la mano con contar con un sistema para administrar el dinero. El manejo de un presupuesto es una forma adecuada para administrar las finanzas personales. Establece cuanto debes ganar, ahorrar, invertir y gastar. Fomenta el establecimien-



to de metas y objetivos, esto te facultará en que tan eficiente eres en el manejo de tus finanzas.

4.No se centre en cuanto dinero gana, sino en cuanto dinero invierte.

Lo que hace que el dinero crezca es la tasa de rendimiento que este logre. No tema a invertir, busque el rendimiento de su dinero. El miedo que tenga sobre el manejo del dinero, sólo refleja la falta de conocimiento financiero en su persona. Busque quien lo asesore, aprenda, fomente y cultive una actitud emprendedora.

5. No importa cuánto dinero tenga o no tenga, pero sea un inversionista de su dinero, busque cómo conseguir dinero y ganar más.

Es un mito que se requiere dinero para iniciar un negocio o invertir, se requiere actitud y desarrollar inteligencia financiera para tal efecto. Tus creencias son tus limitantes o tus fortalezas. Revisa bien tus creencias que aprendiste de tus padres o tus abuelos, de tu entorno y lee más; te sorprenderás de los resultados del ejercicio.

6.El dinero como la salud, sólo nos preocupa cuando no la tenemos.

La prevención económica es el mejor camino a evitar caer en crisis, ahorra siempre una parte de tu ingreso, esto te preparará para afrontar situaciones adversas.

7.Si tener dinero es motivado por la inseguridad, avaricia, o deseo de ser parte de

un grupo social; este jamás dará satisfacción personal y la felicidad.

El hacer lo que realmente se ama es lo que nos garantiza la felicidad, el dinero será sólo la consecuencia del trabajo bien realizado. Administrar tus finanzas es preparar el camino para una solvencia económica en la satisfacción de tus necesidades básicas y de las que generan valor en tu vida activa y de retiro. 🐾

*Docente de las escuelas de CIA y LADE de Universidad Xochicalco Campus Mexicali.



Luminarias de Xochicalco, en Cearte por 5ª ocasión

Por Redacción

ENSENADA.- Por quinta ocasión la facultad de Diseño de Universidad Xochicalco, campus Ensenada presentó la exhibición Luminarias con el tema Luz verde, para crear y para crear, en la explanada del Centro Estatal de las Artes Ensenada (Cearte).

En esta quinta edición de Luminarias, se presentaron 60 prototipos de lámparas colgantes, de piso y de pared, cada una con un diseño muy particular creado por los estudiantes de la carrera de Diseño, quienes gracias a su creatividad e ingenio aprovecharon materiales distintos como cartón, papel, madera, plástico, vidrio, etc.

La organizadora del evento, la docente Susana Rodríguez comentó que “los alumnos de la facultad de Diseño

de Universidad Xochicalco se esforzaron por crear sus lámparas guiados por sus maestros; mismas que pudieron ser evaluadas por parte de un jurado integrado por profesionistas multidisciplinarios”.

Luminarias de la facultad de Diseño nace con la finalidad de aumentar la competitividad entre los estudiantes y mostrar a la comunidad un atractivo e innovador proyecto realizado por ellos mismos. De igual forma ha permitido que la población de Ensenada conozca el talento de los jóvenes y los alcances que puede tener un diseñador al egresar de Universidad Xochicalco, gracias a la formación integral que recibe, ya que a lo largo de la carrera se abarcan las áreas del diseño industrial, gráfico y ambiental.

La explanada del Ceartese convirtió en el escenario perfecto para que, de mane-

ra creativa, se distribuyeran cada una de las piezas y para que la luz de cada una de ellas proyectara la originalidad de sus creadores. Las lámparas estuvieron dispuestas a la venta al público asistente, permitiendo ser utilizadas con fines decorativos o funcionales, ya sea para colocarse en techo, mesa o pared en casa habitación, negocios o empresas.

La inauguración estuvo a cargo del vicerrector de Universidad Xochicalco, el Dr. César Cortés Guedea, quien estuvo acompañado del director académico, el Lic. Pedro Quezada Vázquez; además se contó con la presencia de las organizadoras las M.D.G. Susana Rodríguez Gutiérrez y Raquel Durazo Aguilar, ambas docentes de la facultad de Diseño.

Al término de la exhibición en Cearte, Luminarias premió a los primeros tres lugares: Rosalva Angulo Nuñez deséptimo cuatrimestre se quedó con el primer lugar, el segundo lugar fue para

Itzel Martínez García también deséptimo cuatrimestre y el tercer lugar fue para Laura Beatríz Tamayo Vázquez de 4º cuatrimestre.

El jurado calificador estuvo integrado por el Dr. Fernando Ávila Castro, quien calificó el manejo de la luz en cada una de las lámparas. El Dr. Ávila Castro ha desarrollado sus estudios profesionales en la Universidad de Sonora en el campo de la Física, con especialización en Astrofísica. Actualmente trabaja en el Observatorio Astronómico Nacional del Instituto de Astronomía de la UNAM, donde realiza diferentes actividades relacionadas con la Ley del Cielo.

La artista plástica Karen Perry, segundo miembro del jurado, es licenciada en Artes Plásticas, egresada de la Escuela Nacional de Pintura, Escultura y Grabado “La Esmeralda”, en el Centro Nacional de las Artes y ha participado en diferentes exhibiciones de arte nacionales e internacionales.

Por último, el tercer integrante del jurado calificador de Luminarias fue el diseñador gráfico César Chacón, quien se ha desempeñado implementando el diseño y la estrategia de marca en la industria del vino y la gastronomía a nivel

local, nacional e internacional. Asimismo tiene clientes de importantes marcas a nivel nacional. 🐾



Realiza Universidad Xochicalco Tercer Congreso Binacional de Criminalística

MEXICALI.- Universidad Xochicalco, campus Mexicali, realizó el Tercer Congreso Binacional de Criminalística y Ciencias Forenses con el tema “Las Instituciones y su papel en la Investigación del Delito de Secuestro y Trata de Personas”.

El acto inaugural estuvo presidido por el vicerrector de campus Mexicali, Lic. Jorge Mario Piñuelas Osuna; en representación de la Procuraduría General de Justicia del Estado, asistió el jefe de área de secuestros José Luis Gomez Ortega; el director académico de campus Mexicali, Lic. Carlos García Espinoza y en representación del director de seguridad pública municipal, estuvo presente Abdú Betancourt Cabrera, así como el director de la escuela de Criminalística C.D. Mario Juárez Hernández, acompañados todos de estudiantes de la licenciatura en Criminalística de Mexicali, Tijuana y Ensenada.

El congreso contó con un programa de conferencias donde los temas principales fueron: La antropología aplicada en casos de indocumentados, tratamiento a las víctimas de abuso sexual infantil y otros delitos sexuales, tráfico de estupefacientes utilizando cuerpos sin vida y el uso de microscopio de barrido electrónico. Asimismo se contó con la participación especial del secretario de seguridad pública del estado de Morelos, Alberto Capella Ibarra, con el tema “El Secuestro en México”.

El vicerrector Piñuelas Osuna destacó que al implementarse en Mexicali el Nuevo Sistema de Justicia Penal (NSJP) la ciudad demanda contar con licenciados en Criminalística que permitan de manera oportuna obtener las evidencias de la escena del crimen, que apoyen en una investigación y que pueda ser sostenida en un juicio.

Este evento va dirigido principalmente a los más de 200 alumnos que estudian la Licenciatura de Criminalística en esta institución, profesionistas y personal de las diferentes instituciones involucradas en la materia, a fin de actualizar el estudio de los diversos temas que contempla esta profesión.

Cabe destacar que Universidad Xochicalco es la primera institución en impulsar la carrera de Criminalística en el Estado, cumpliendo ya con cuatro generaciones de egresados en campus Mexicali. 🐾



Tiene Universidad Xochicalco IV Encuentro de Investigación

TIJUANA.- En el marco del 40 aniversario de su fundación, Universidad Xochicalco llevó a cabo su ya tradicional Encuentro de Investigación en el campus Tijuana, donde participaron alumnos y docentes. Los asistentes tuvieron la oportunidad de conocer las diversas e interesantes investigaciones con diversos perfiles, desde el área de la salud hasta la legal.

Temas como “Depresión materna”, “Impacto social de la prostitución en Tijuana”, “Funcionamiento cognitivo y prevalencia de enfermedades crónicas e infecciosas en adultos mayores de Tijuana, Baja California”, fueron algunos de los ganadores de este encuentro que consta de una evaluación oral y un cartel.

El Mtro. Felipe Pérez, Director Académico del campus, mencionó que para la Universidad es muy importante contar con este tipo de eventos que ayudan a que los alumnos tengan la vocación de realizar investigaciones aun siendo estudiantes, ya que contribuyen a un bienestar social a través de esta exploración de temas en general y algunos específicos de diferentes áreas.

Cabe mencionar que la Universidad, como incentivo otorgo primeros lugares a las investigaciones mejor realizadas; en la categoría docentes, el primer lugar fue para la facultad de Medicina, con el tema “Depresión materna, prácticas familiares para el cuidado y desarrollo de la primera infancia en Tijuana”, investigación realizada por el doctor Rosendo Rojas Alvarado.

En la categoría alumnos, el tercer lugar fue para el Tema: Impacto social de la prostitución en Tijuana, a cargo de alumnos de la carrera Derecho, los participantes fueron: Cinthya Anahí García Gallegos, Mayra Ibarra Sánchez y Norma Fernanda Ríos Rivas; el segundo lugar con el tema: Funcionamiento cognitivo y prevalencia de enfermedades crónicas e infecciosas en adultos mayores de Tijuana, Baja California, de la carrera de Medicina, fue para Abigail Ibarra Ibarra, Erika Frago Vega, Miriam Ulloa Mendoza, Jocelyn Sánchez Osuna, Claudia Gutiérrez Rodríguez, Jorge Llamas Reina y el primer lugar, con el Tema: Esqueletización ósea, de la Carrera Criminalística, fue para Eva Olivia Báez Félix. 🐾



La investigación cualitativa: intereses, tradiciones y técnicas

En este artículo se presentan algunas ideas básicas acerca de lo que es la investigación cualitativa, sus intereses y características principales, las técnicas que emplea, así como su relevancia.

Por **David A. Ornelas Gutiérrez***



En la actualidad, el término “investigación cualitativa” es ampliamente aceptado por la comunidad científica y se utiliza para designar trabajos de investigación que anteriormente estaban concebidos como procesos de indagación naturalista (Tesch, 1990; citado por Sandín, 2003). Dichos procesos han sido caracterizados por: su carácter contextual; la utilización de un

conocimiento tácito; la negociación con los participantes; la interpretación idiográfica; el empleo de métodos cualitativos; diseño emergente; análisis inductivo; generación de teoría y criterios específicos de validez (Sandín, 2003). En este artículo se presentan algunas ideas básicas acerca de lo que es la investigación cualitativa, sus intereses y características principales, las técnicas que emplea, así como su relevancia.

Strauss y Corbin (1990) definen que la investigación cualitativa consiste en “cualquier tipo de investigación que produce resultados a los que no se ha llegado por procedimientos estadísticos u otro tipo de cuantificación”. De ahí que por lo general este término sea utilizado en oposición (semántica) al de investigación cuantitativa. Los autores citados añaden que la investigación cualitativa puede referirse a investigaciones sobre la vida de las personas, historias y comportamientos, así como al funcionamiento de las organizaciones, movimientos sociales, relaciones e interacciones. Algunos datos pueden ser cuantificados, pero el análisis en sí mismo es cualitativo (Strauss y Corbin, 1990). Esto último es importante, para romper el mito de la disociación absoluta entre “cuantitativo” versus “cualitativo” y es un motivo por el cual algunos autores prefieren referirse a la investigación cualitativa como “enfoque interpretativo” (Erickson, 1989).

El foco de atención principal de los investigadores cualitativos está en realizar “descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables, incorporando la voz de los participantes, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal y como son expresadas por ellos mismos” (Pérez Serrano, 1994; citado por Sandín, 2003). He aquí una de las razones por las que la investigación cualitativa resulta atractiva para muchos, incluyendo a quien escribe estas líneas.

La investigación cualitativa no es un campo “unitario”. Se trata de una perspectiva teórica y epistemológica divergente en la producción del conocimiento científico, y en el que es posible encontrar una amplia diversidad de enfoques o “tradiciones”. Las principales tradiciones de la investigación cualitativa son la etnografía, la etnometodología, la fenomenología, el interaccionismo simbólico, la investigación- acción, los estudios de caso y la teoría fundamentada. Otras

tradiciones que también son identificadas con la investigación cualitativa son: la hermenéutica, la psicología ecológica, la psicología humanista, la investigación histórica, la investigación heurística y la fenomenografía (Tójar, 2006).

Silverman sostiene que la principal fortaleza de la investigación cualitativa es su habilidad para analizar lo que ocurre realmente en escenarios naturales, mientras que en la investigación cuantitativa esto se convierte en una “caja negra”

Por otra parte, si bien las tradiciones de la investigación cualitativa comparten una ontología una forma de concebir los fenómenos, se debe admitir que aportan diferencias metodológicas a nivel de método de investigación, que pueden ser importadas de distintas disciplinas científicas, o de estrategias metodológicas o técnicas, ser transdisciplinares, o bien, ser métodos propios de la investigación cualitativa (Tójar, 2006).

Es posible comentar que, vistas “desde fuera”, algunas tradiciones de la investigación cualitativa no parecen tan distintas unas de otras. Las preguntas de investigación por las que se interesan, sus técnicas de recogida de datos (observación, entrevistas) y los resultados que generan (descripciones exhaustivas) son semejantes. Sin embargo, es necesario “estar dentro”, vivir la experiencia de realizar investi-





gación cualitativa desde una tradición particular para poder entender a fondo de qué se trata.

El foco de atención principal de los investigadores cualitativos está en realizar “descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables...”

Mención especial merece la etnografía, la cual tiene históricamente un papel importante en el desarrollo de la investigación cualitativa. La etnografía, también identificada como “la ciencia de la descripción cultural” (Wolcott, 1975; citado por Wilcox, 2003), se interesa por hacer una descripción densa de los comportamientos de comunidades o grupos culturales, así como de los significados y discursos sociales generados por cualquier grupo de personas entre las que las relaciones sociales están reguladas por la costumbre, por lo que Wilcox (2003) y otros (Erickson, 1973) señalan que la investigación etnográfica es apropiada para estudiar fenómenos en las aulas y los centros escolares.

Mucho puede decirse de la etnografía, de la cual se han escrito y publicado numerosas obras; sin embargo, podemos sintetizar sus principales características, por considerar que ilustran con claridad el trabajo del investigador cualitativo “prototípico”. De acuerdo con Latorre (1996; citado por Sandín, 2003) la investigación etnográfica tiene un carácter holista (describe los fenómenos de manera global en sus contextos naturales); es naturalista

(el investigador estudia las personas en su hábitat natural. Observa, escucha, habla, anota las historias de vida); usa la vía inductiva (se apoya en las evidencias para sus concepciones y teorías); tiene un carácter fenomenológico o émico (es decir, los significados se estudian desde el punto de vista de los agentes sociales); es una investigación libre de juicios de valor (el etnógrafo evita emitir juicios sobre lo que observa) y con carácter reflexivo (el investigador forma parte del mundo que estudia y es afectado por éste); los datos aparecen contextualizados (las observaciones son situadas dentro de una perspectiva más amplia). Atkinson y Hammersley (citados por Sandín, 2003) resaltan que en la investigación etnográfica: se da un fuerte énfasis a la exploración de la naturaleza de los fenómenos sociales, frente a la comprobación de hipótesis; hay una tendencia a trabajar con datos no estructurados; se centra en un número reducido de casos, de manera detallada; y el análisis de datos implica interpretaciones de los significados y las funciones de las acciones humanas, cuyo producto aparece representado como



descripciones y explicaciones verbales, donde se prescinde o se minimiza el papel de la cuantificación y el análisis estadístico (Atkinson y Hammersley, 1994).

Sea cual sea la tradición o el método que se siga, la investigación cualitativa es un proceso que por lo general involucra cuatro fases: i) formulación, en la que el investigador elige el tema, se documenta sobre el contexto y selecciona las unidades de investigación; ii) diseño, fase en la que se formalizan las reflexiones iniciales de la investigación y que puede prolongarse a lo largo de todo el proceso, en tanto que se asume como un plan de trabajo de carácter flexible; iii) gestión, fase trascendental en la que se negocia el acceso, se ingresa y se desarrolla el trabajo de campo; y iv) cierre, etapa en la que se alcanza la saturación de datos y los análisis efectuados, se concluye la redacción de informes y se comienza a preparar la difusión de la investigación (Tójar, 2006).

En la investigación cualitativa se utilizan con amplitud ciertas técnicas para recabar información: la observación, en sus diferentes

modalidades, es una de las principales; el diario de campo suele ser un fiel compañero del investigador cualitativo para registrar lo que observa. Otras técnicas junto a la cual se considera el empleo de entrevistas, grupos focales, análisis de textos y análisis del discurso espontáneo, entre otras (Silverman, 2011). Con relación a las técnicas para analizar datos cualitativos, mencionaré brevemente que existen diferentes alternativas, cada una de las cuales conlleva sus implicaciones, ventajas y limitaciones. En el texto de Silverman (2011) se expone con detalle el proceso de análisis de datos mediante las técnicas de análisis de contenido, análisis narrativo, teoría fundamentada, análisis de la conversación y análisis del discurso.

La investigación cualitativa consiste en “cualquier tipo de investigación que produce resultados a los que no se ha llegado por procedimientos estadísticos u otro tipo de cuantificación”.

Deseo concluir este artículo con una nota breve sobre la relevancia de la investigación cualitativa. Hammersley (1992; citado por Silverman, 2011) afirma que la investigación cualitativa es valiosa porque: a) es relativamente flexible; b) estudia lo que las personas hacen en su contexto natural; c) se ajusta bien tanto al estudio de procesos como de resultados; d) estudia significados así como causas (Silverman, 2011, pág. 411). Así mismo, Silverman sostiene que la principal fortaleza de la investigación cualitativa es su habilidad para analizar lo que ocurre realmente en

escenarios naturales, mientras que en la investigación cuantitativa esto se convierte en una “caja negra”. Manifiesto mi acuerdo con el autor, puesto que al haberme iniciado en la práctica de la investigación con enfoque cualitativo, voy convenciéndome de las bondades de los estudios cualitativos, gracias a los cuales es posible conocer de primera mano, lo que las personas -como individuos o como colectivos- hacen y el significado que para ellas tienen sus acciones. 🐾

*Docente en Universidad Xochicalco campus Ensenada.
david.ornelas.gutierrez@gmail.com

Cita:
Al calificarla de divergente, se está haciendo una referencia implícita a la perspectiva positivista.

La Facultad de Medicina del campus Mexicali recibe dictamen de “opinión favorable” por parte de COMAEM

Por Redacción*

MEXICALI.- La Facultad de Medicina de Universidad Xochicalco campus Mexicali, recibió el dictamen de “opinión favorable” por parte del Consejo Médico para la Acreditación de las Educación Médica A.C. (COMAEM).

El acto estuvo encabezado por el vicerrector del campus Mexicali, Lic. Jorge Mario Piñuelas Osuna, el director académico Lic. Carlos García Espinoza y por el director de la Facultad de Medicina, Dr. José Morales Bustamante, así como los coordinadores, Dr. Santiago Haro, Dr. Francisco Javier Díaz, Dr. Luis Arriaga y de investigación, Dr. Rodolfo Alejandro de la Fuente Ruiz, en presencia de alumnos y docentes.

La opinión favorable es el máximo reconocimiento que se puede obtener antes de que egrese una primera generación de estudiantes, representa para Universidad Xochicalco un respaldo que garantiza la calidad académica para la formación integral de médicos que cumplan con un perfil de egreso acorde a las necesidades de su comunidad y comprometidos con ello, siempre desempeñándose con un sentido humanista.

El Director, Dr. José Morales Bustamante destacó que “se están haciendo bien las cosas”, de tal forma que para lograr la opinión favorable, la universidad fue intervenida en un proceso de verificación donde se revisaron 187 indicadores de calidad; actualmente 512 estudiantes cursan la carrera de Medicina en esta Universidad del primer hasta el séptimo semestre.



Cabe destacar que los campus de Ensenada y Tijuana ya cuentan con la acreditación de COMAEM desde los inicios de este organismo verificador, lo que significa que cumplen con los estándares de calidad establecidos y avalados por 40 años de trabajo, motivo por el cual el campus Mexicali decidió iniciar el proceso cobijado por sus campus hermanos, logrando con éxito el dictamen de opinión favorable.

Posteriormente al proceso ante COMAEM (institución acreditadora que permite estar en AMFEM) se llevó a cabo la inscripción en la Asociación Mexicana de Facultades y Escuelas de Medicina (AMFEM), que incorpora a todas las escuelas públicas y privadas

del país, que son más de 120 del área de la salud. Actualmente menos del 50% de las instituciones de todo el país están acreditadas, de las cuales hoy por hoy 22 son privadas y de esas 22, 3 corresponden al Sistema Xochicalco, cosa que nos enorgullece, ya que este trabajo conlleva un compromiso continuo de crecimiento, de calidad, ética y valores en el ejercicio profesional, mismo que Universidad Xochicalco ha enaltecido a lo largo de 40 años.

Son los alumnos, docentes, padres de familia y sociedad en general los beneficiados al tener acceso a instituciones educativas que están avaladas por organismos a nivel nacional como COMAEM, ya que genera certidumbre, prestigio y garantía de la mejor formación profesional. Para nosotros representa cuatro décadas formando líderes, cuatro décadas de prestigio y excelencia avalada por profesionistas egresados ejerciendo en el país y en el extranjero, llevando en alto el nombre de esta institución.

Felicitaciones a la Facultad de Medicina, campus Mexicali. 🐾

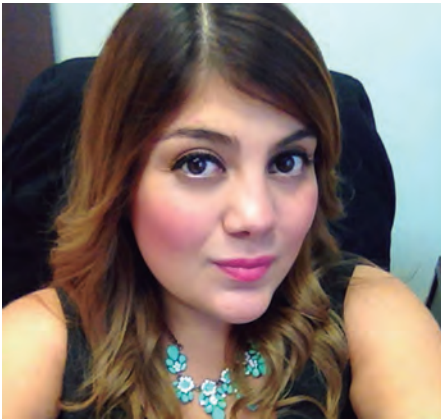


CREMACIÓN

PIDIÓ QUE SU CUERPO
FUERA CREMADO...
AUNQUE PENSÁNDOLO BIEN
FUE MALA IDEA...



THOMAS



Jefa de Psicopedagógico de Universidad Xochicalco Campus Tijuana.

Egresada de la facultad de Psicología de la Universidad Xochicalco, campus Tijuana

Lic. Arianna Pérez

Jefa de Psicopedagógico de Universidad Xochicalco, campus Tijuana.

La Lic. Arianna Pérez es egresada de la facultad de Psicología de Universidad Xochicalco Campus Tijuana, generación 2003-2008, en entrevista comentó lo gratificante que fue su estancia como estudiante universitaria.

¿Cuál fue su experiencia como estudiante de Universidad Xochicalco?

Para mí fue gratificante ya que en la carrera de Psicología, aparte de conocer la teoría que es básica, realizamos prácticas en diversos organismos gubernamentales y empresariales, lo que permite que el estudiante pueda ejercer su carrera desde que es estudiante, es importante mencionar que los egresados de la escuela de Psicología de Universidad Xochicalco somos psicólogos integrales, ya que aprendemos diversas técnicas para poder ejercer de la mejor forma.

La Lic. Arianna mencionó que en la universidad ella era un poco introvertida, pero gracias a los trabajos en equipo y el apoyo de sus maestros, su actitud cambió, volviéndose así de las alumnas más participativas de su salón.

Una vez que terminó su carrera estuvo apoyando en el Desarrollo Integral para la Familia (DIF), donde obtuvo grandes experiencias y satisfacciones, “reforcé lo aprendido en la universidad, y tuve la oportunidad de apoyar a varias familias que así lo necesitaban”, una vez que terminó de laborar en DIF, la Lic. Pérez inició sus labores en Universidad Xochicalco en el Departamento Psicopedagógico.

“Inicie en el Departamento Psicopedagógico como auxiliar, el hecho de estar en contacto con alumnos y poderles ayudar en sus problemas fue muy interesante, posteriormente se me presentó la oportunidad de ser Jefa del Departamento y así lo hice”.

Actualmente la Lic. Arianna Figueroa es Jefa del Departamento Psicopedagógico de Universidad Xochicalco Campus Tijuana, cumpliendo así con los retos que se le presentan día a día. “Mi experiencia como jefa de este departamento ha sido muy satisfactoria, he tenido el apoyo de mis compañeros, lo cual ha sido muy enriquecedor, y el contacto constante con Directores de Carrera hace que nuestro trabajo cumpla su objetivo”.

Mi consejo para los que egresan de la facultad de Psicología, es que sean entregados, y dedicados a su carrera, que den lo mejor de sí en sus prácticas profesionales y en su Servicio Social, porque probablemente pueda ser su nuevo trabajo”, concluyó. 🐾

**Pregunta por nuestras
BECAS DE HASTA EL 100%**
Inicio de clases: 3 de febrero



preparatoria.xochicalco.edu.mx

Campus Tijuana
Tel. (664) 621-35-50,
ext. 129.

Campus Ensenada
Tel. (646) 174-39-80,
ext. 114.

Campus Mexicali
Tel. (686) 567-66-22,
ext. 106.



CONSEJO MEXICANO PARA
LA ACREDITACIÓN DE LA
EDUCACIÓN MÉDICA, A.C.

¡Felicidades!

Todos los que integramos la familia Xochicalco nos sentimos orgullosos de que la Facultad de Medicina de nuestro Campus Mexicali haya **recibido el dictamen favorable** por parte de **COMAEM**



¡Celebremos su logro!
¡Enhorabuena!

