

Número cero | febrero 2024

Dignos y humanos



- **Rosario Castellanos, Meditación en el umbral**
- **Cinco bandas que deberías escuchar**
- **Encuestas, mentiras y democracia**
- **Memos y cultura popular**
- **Instantáneas de José Agustín**

Colabora con *Dignos y humanos*, la revista mensual de la Universidad Rosario Castellanos



1. Comparte con la comunidad URC un texto de interés sobre alguno de los siguientes temas:

- » Enseñanza-aprendizaje
- » Ciudadanía
- » Ciudad de México, características y sitios
- » Estudiantado, administrativos y docentes (la comunidad universitaria)
- » Ciencias (todas las ciencias y disciplinas)
- » Artes y cultura
- » La escritora Rosario Castellanos
- » La universidad Rosario Castellanos

2. Envía tu colaboración a dignosyhumanos.colabora@rcastellanos.cdmx.gob.mx en un archivo de Word. Certece que contenga lo siguiente:

- » Título
- » Nombre completo del autor o autores
- » Datos académicos (estudios de licenciatura o posgrado, si están concluidos o en proceso, si son en la URC o en otra institución; si eres estudiante, docente o administrativo en ésta

y/o alguna otra institución de educación, así como experiencia profesional relacionada con el tema de la colaboración)

- » Desarrollo de la obra (el artículo, entrevista, nota, ensayo o crónica)
- » Fuentes de consulta utilizadas para la obra (si es el caso) en formato APA.

3. Cuando hagas el envío en Asunto escribe “Colaboración Dignos y humanos”

4. **La convocatoria es permanente.** Puedes enviar en cualquier momento tu colaboración. De ser aceptada, los editores se comunicarán contigo para hacerte saber la fecha de publicación. La convocatoria es abierta para personas de la URC y fuera de ella.

5. Encontrarás más detalles en la “Guía de colaboraciones y lineamientos de la revista Dignos y humanos” que aparece en el portal de la URC.



Querida comunidad educativa

Libres, dignos y humanos (Libres, dignas y humanas) es el grito de paz que motivó a Daniel Ortiz Hernández a moldear la identidad de nuestra presencia y la presencia de nuestra identidad.

A lo largo de cuatro años, este grito de paz se ha convertido también en un mantra liberador que, al término de cada encuentro, de cada actividad comunitaria, reafirma la misión que articula nuestras acciones alrededor de los principios de inclusión, no discriminación, equidad, excelencia, interculturalidad, pertinencia, responsabilidad social y equilibrio dialogante con el ambiente natural, entre otros.

Por ello, en esta oportunidad quiero compartir algunas ideas que sustentan este grito de paz inspirado por una mujer de talla universal: Rosario Castellanos. Poeta, cuentista, novelista, ensayista, periodista, diplomática, mujer de ideas, de palabras, que sabe latín, que nació en la Ciudad de México en 1925. Humanista para quien el reconocimiento de los otros la llevó a escribir en *La*



abnegación, una virtud loca que “no es equitativo, así que no es legítimo, que uno tenga la oportunidad de formarse intelectualmente y al otro no le quede más alternativa que la de permanecer sumido en la ignorancia”.

Congruente con esta convicción, desde 1951 y hasta el día de su muerte a los

49 años, dedicó una parte de su tiempo a la docencia, a educar, a despertar conciencias, a defender a los débiles, a los necesitados, a los subordinados. Su obra trasciende la dimensión estética, porque entreteje desde la ética temas políticos que comprometen la lucha por la justicia social.

Querida comunidad educativa, cuando, con la emoción que el encuentro despierta, gritemos en voz alta “Libres, dignas y humanas”, “Libres, dignos y humanos”, hagámoslo con la convicción de que el humanismo le devuelve a la educación una riqueza que no es sólo logos, sino también cuerpo, afectividad, deseo y utopía que trascienden el aula. No hay educación basada en verdades absolutas sino en búsquedas compartidas, en ese acoger al otro para que encuentre su propia voz, su propia palabra,

desde la dignidad y autonomía de los seres humanos, desde el riesgo que implica la libertad, desde la obligación de pelear por un mundo más justo, por un mundo donde todos tengan las mismas posibilidades educativas, y no donde tengan más privilegios en este campo quienes han nacido con más privilegios en todos los otros campos.¹

Rosario Castellanos descansa en la rotonda de las personas ilustres en el Panteón de Dolores de la Ciudad de México, no así sus ideas, que cada vez están más vivas y que aquí, en nuestra Universidad, encuentran tierra fértil, florecen en el pensamiento y en el corazón de estudiantes y docentes, quienes imaginan y diseñan desde diversas perspectivas un mejor lugar para vivir, un lugar donde la igualdad sea el referente que dignifique la vida.

Otro modo de ser humano y libre, otro modo de ser.

Alma Xóchitl Herrera Márquez

1 Sandra Lorenzano (2007). “Una morada para el ser del Otro. Sobre educación, humanismo y arte”. *Nexos*. Septiembre.

Editorial

Toda institución, pública o privada, es una agrupación de personas que, mediante un acuerdo legal, político y organizacional realiza una misión en particular. En el caso de la Universidad Rosario Castellanos, nuestro cometido es “cubrir las necesidades educativas de nivel superior de la Ciudad de México, mediante planes y programas de estudio de calidad, innovadores y con pertinencia sociocultural”.

Este mandato que hace la sociedad requiere de infinidad de herramientas, unas educativas, otras más de logística o informativas y de identidad. Una publicación periódica —en este caso una revista— es el medio idóneo para que la Universidad haga saber a su comunidad infinidad de datos, anuncios que requiera, así como puntos de vista que la enri-

quezcan. Por otro lado, si bien la identidad y el arraigo son procesos vitales que se construyen y se ejercen en la cotidianidad, eventualmente requieren materializarse, a ese propósito sirve también una revista.

Dignos y humanos es la revista mensual que la Universidad Rosario Castellanos crea para consignar la vida universitaria, el acontecer cotidiano, las ideas y personajes que transitan por las aulas, por los pasillos, los libros, las redes sociales de esta institución educativa adscrita al Gobierno de la Ciudad de México.

Todos: estudiantes, docentes y administrativos, somos parte de la comunidad universitaria y estamos para colaborar con la sociedad que, mediante sus contribuciones, hace posible nuestros estudios, trabajos, inmuebles y oportunidades. Debemos tenerlo presente.

En este primer número contamos con entrevistas, artículos, reseñas. Poco a poco iremos capturando eso tan intangible, pero que se vive en nuestra casa de estudios.

Cristhian Chavero López

Editor

Dignos y humanos, año 1, número 0, febrero de 2024, es una publicación mensual editada por la Universidad Rosario Castellanos, Manuel Carpio 470, Santo Tomás, alcaldía Miguel Hidalgo, CP 11340, Ciudad de México. <https://rcastellanos.cdmx.gob.mx>, dignosyhumanos.colabora@rcastellanos.cdmx.gob.mx, editor responsable Cristhian Chavero López. Reserva de derechos ante Indautor “en trámite”. Revista de vida universitaria de la URC electrónica repositada en <https://rcastellanos.cdmx.gob.mx>. Unidad Casco de Santo Tomás, Manuel Carpio 470, alcaldía Miguel Hidalgo, CP 11340, Ciudad de México.

DIRECTORIO

UNIVERSIDAD ROSARIO CASTELLANOS

Dra. Alma X. Herrera Márquez

Directora General

Mtro. Francisco Salvador Mora Gallegos

Secretario General

Mtro. José Daniel Ortiz Hernández

**Director Ejecutivo de Difusión Cultural
y Extensión Universitaria**

Mtra. Wendy Castro Díaz

**Directora Ejecutiva de Administración
Escolar**

Lic. Araceli Rodríguez Saro Vargas

**Directora Ejecutiva de Asuntos
Académicos**

Dra. Rocío Lugin Sortibrán Martínez

**Directora Ejecutiva de Investigación
y Posgrado**

Mtro. Irving Gerardo Márquez Monroy

**Director de Difusión, Divulgación y
Medios**

Mtra. María Concepción Montero Alférez

Directora de Innovación

Lic. Hugo Donovan Moreno Castillo

Director de Administración y Finanzas

COORDINACIÓN EDITORIAL

Cristhian Chavero López

Coordinador editorial

Leonardo Reyes Terrazas

Itzel Guadalupe Campos González

Corrección

Laura Rocío Ramos Osorno

Tabatha Giselle González Torres

Arte y diseño

Índice

- 6** Nota biográfica. Rosario Castellanos
- 10** Bárbara Massé. Aprendiendo y aplicando tecnologías multimedia
- 13** Sofía Aleksándrovna Yanóvskaya
- 14** Encuestas mentiras y democracia
- 20** Cultura circular. Hacia la sostenibilidad de los festivales masivos
- 28** A José Agustín. *In memoriam*
- 36** Los memes y la cultura popular del futuro
- 41** ¿Sabes qué es el PIB?
- 42** Cinco bandas mexicanas que deberías escuchar



RETO LECTOR

2024



FEBRERO

Lee un libro prestado

ABRIL

Lee un libro de un género literario que no sueles leer

JUNIO

Lee un libro o revista publicada por la URC

AGOSTO

Lee un libro que debiste de haber leído en la escuela y no lo hiciste

OCTUBRE

Lee un libro de alguna editorial independiente

DICIEMBRE

Lee un libro que se haya publicado hace más de 100 años

ENERO

Termina un libro pendiente

MARZO

Lee un libro escrito por una autora mexicana

MAYO

Lee un libro que haya sido adaptado al cine

JULIO

Lee algún libro que te hayan recomendado

SEPTIEMBRE

Lee un libro escrito por un Premio Nobel

NOVIEMBRE

Lee un libro que haya sido escrito por una autora o autor que haya fallecido el año pasado

Nota **biográfica**

Rosario Castellanos

Itzel Campos

Licenciada en Letras Hispánicas, docente de la licenciatura en Humanidades y Narrativas Multimedia de la URC, en la modalidad a distancia.

Nació el 25 de mayo de 1925 en el Distrito Federal, cuando su familia se encontraba de viaje en la Capital. Recién nacida fue llevada a Comitán, Chiapas, lugar donde vivió toda su infancia. Sus padres, Adriana Figueroa y César Castellanos, una pareja tradicional, se dedicaron a la plantación del café y el ingenio azucarero. En Chiapas, realizó sus estudios de primaria y, posteriormente, a la edad de 16 años, se reencontró con la capital para hacer sus estudios de secundaria.

Rosario Castellanos.
Ilustración: Luis
Armando González
Juárez



Ingresó en la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), pero tiempo después decidió cambiar el rumbo y se inclinó por el estudio de la filosofía. Luego de la licenciatura, concluyó los estudios de maestría en Filosofía en la misma casa de estudios con el trabajo de tesis "Sobre la cultura femenina". Tiempo después tomó cursos de estética y estilística en la Universidad de Madrid.

Fue parte, junto con Dolores Castro, Javier Peñalosa, Alejandro Avilés, Octavio Navarro, Honorato Ignacio y Efrén Hernández, del Grupo de los Ocho, integrado por poetas mexicanos, quienes se reunían para leer sus textos. Más tarde, Alfonso Méndez Plancarte les ayudó a publicar una antología cuyo título fue precisamente *Ocho Poetas*. Rosario Castellanos fue considerada como parte de la Generación del 50, en la cual figuraban también Jaime Sabines y Carlos Fuentes.

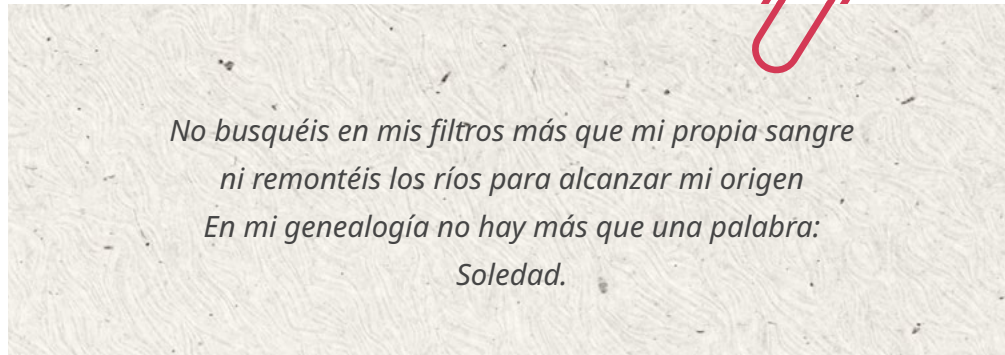
Castellanos no sólo dedicó su vida a la escritura, sino también a la docencia; trabajo que desempeñó en su *alma mater*, en cuya Facultad de Filosofía y Letras impartió literatura comparada, novela comparada y seminario de crítica entre 1961 y 1971. Tiempo después fue invitada a impartir cátedra en las universidades de Wisconsin y Bloomington de 1966 a 1967; y más tarde en la Universidad Hebrea de Jerusalén.

Su destacada obra contempla poesía, cuento, novela, ensayo y hasta teatro, en la cual encontraremos dos temas importantes que marcaron su obra: lo indígena y lo femenino. Encontramos en *Balún-Canan*, novela de carácter autobiográfico, la vida de esclavistas y esclavos en Chiapas y recuerdos de sus vivencias durante su

niñez, como la muerte de su hermano. *Oficio de tinieblas*, por otro lado, presenta la historia de la rebelión chamula o Guerra de Castas Chamula ocurrida entre 1867 y 1869 en Los Altos de Chiapas.

En *Lección de cocina* explora el dolor de la existencia centrado en el espacio, templo de lo femenino: la cocina. Lugar donde prepara carne y reflexiona en su soledad sobre lo que es responder a ciertas exigencias culinarias de un esposo. Descubre, con humor, y en un marco paradisiaco (Acapulco), otro escenario, donde piensa en su labor, la "de mantener la casa impecable, la ropa lista, el ritmo de la alimentación infalible", pero por la cual no se le paga un sueldo, no tiene días libres y tampoco puede cambiar de amo. Ya decía Poniatowska: "Rosario fue una gran escritora mexicana y lo fue no sólo para sí misma, sino para todas las demás, las que vendríamos después. En cierta forma es gracias a ella que escribimos las que ahora escribimos". Y es así que esta obra relata el hastío por lo cotidiano, el preparar comida, como si fuera un saber que se debería poseer por ser mujer.

Explora el tema de la soledad en "Muro de las lamentaciones", a la que considera como parte de su pasado, presente; su origen es la soledad:



En “Meditación en el umbral”, poema que forma parte de *Poesía no eres tú* (1972), reafirma esa posición femenina de querer un cambio, evoca la necesidad de crear una nueva forma de ser; el nacimiento de una nueva forma de ser mujer. Pero también nos lleva a la idea de la reinención o, mejor dicho, en general, de buscar nuevas formas de ser, humanos y libres.

La dedicación de Castellanos por la escritura, sin duda, nos ha dejado una vasta obra, digna de seguir siendo estudiada y explorada. Su pasión la llevó hasta el fin de sus días, un 7 de agosto de 1974 a causa de una descarga eléctrica.

Referencias

- » Castellanos, R. (s.f.). *Meditación en el umbral*. Ciudad Seva. Recuperado el 22 de mayo de 2023 de <https://ciudadseva.com/texto/meditacion-en-el-umbral-castellanos/>
- » CNDH. (s.f.). *Nacimiento de Rosario Castellanos, pionera en la defensa de los derechos de las mujeres y pueblos indígenas*. México. Recuperado el 21 de mayo de 2023 de <https://www.cndh.org.mx/noticia/nacimiento-de-rosario-castellanos-pionera-en-la-defensa-de-los-derechos-de-las-mujeres-y>
- » Enciclopedia de la Literatura en México. (2018). *Rosario Castellanos*. Recuperado el 19 de mayo de 2023 de <http://www.elem.mx/autor/datos/211>
- » Megged, N. (comp.). (2008). *Rosario Castellanos*. Material de lectura. México: Coordinación de Difusión Cultural, Dirección de Literatura, UNAM. Recuperado el 22 de mayo de 2023 de <http://www.materialdelectura.unam.mx/images/stories/pdf3/rosario-castellanos.pdf>
- » Mora, P. y Serrano, P. (comps.). *Rosario Castellanos*. Material de Lectura: México: UNAM. Recuperado el 22 de mayo de 2023 de <http://www.materialdelectura.unam.mx/images/stories/pdf5/rosario-castellanos-53.pdf>
- » Senado de la República. (2022). *Semblanza*. Recuperado el 20 de mayo de 2023 de https://micrositios.senado.gob.mx/MLRosario_Castellanos/biografia.html

Meditación en el umbral

No, no es la solución
tirarse bajo un tren como la Ana de Tolstoi
ni apurar el arsénico de Madame Bovary
ni aguardar en los páramos de Ávila la visita
del ángel con venablo
antes de liarse el manto a la cabeza
y comenzar a actuar.

Ni concluir las leyes geométricas, contando
las vigas de la celda de castigo
como lo hizo sor Juana. No es la solución
escribir, mientras llegan las visitas,
en la sala de estar de la familia Austen
ni encerrarse en el ático
de alguna residencia de Nueva Inglaterra
y soñar, con la Biblia de los Dickinson,
debajo de una almohada de soltera.

Debe haber otro modo que no se llame Safo
ni Messalina ni María Egipcíaca
ni Magdalena ni Clemencia Isaura

Otro modo de ser humano y libre.

Otro modo de ser.



Bárbara Massé

Aprendiendo y aplicando tecnologías multimedia

Cristhian Chavero López

Licenciado en Ciencias de la Comunicación y maestrante en la misma disciplina por la UNAM, actualmente colabora con la Casa Editorial de la URC.

“Estoy agradecida de que exista una institución de educación superior que imparta nuevas licenciaturas con nuevas formas de generar y compartir conocimiento, aunque aún hay mucho que mejorar. Gracias por el espacio”.

Bárbara Angélica Alarcón Massé, conocida como Bárbara, es una estudiante de Humanidades y Narrativas Multimedia en la modalidad a Distancia, tiene 41 años y un hijo.

Vive en la Alcaldía Álvaro Obregón y trabaja en la misma demarcación, pues realiza lo que llaman *home office*, tan común desde la pandemia de coronavirus.

“Estoy en un despacho de contabilidad y servicios administrativos, donde soy responsable de varias áreas, entre ellas la comunicación interna y el marketing para clientes externos”.



¿La licenciatura que estudias te ha servido para tu actual trabajo? “Sin duda; hoy por hoy, la forma en la que comparto información para clientes externos e internos, lleva una dinámica distinta, más ágil y más clara. Además, he utilizado herramientas tecnológicas que he aprendido en la carrera, para generar información de formas más rápidas”.

A ella lo que más le gusta de la carrera es “El enfoque con perspectiva social, sin duda el tratamiento de temas sociales que permite el debate, y que en la discusión los profesores permitan la diversidad de puntos de vista, es algo que valoro mucho”.

Tengo estudios previos en humanidades, además de desempeñar actividades relacionadas con las redes sociales, sitios web e información en medios digitales. Al revisar el plan de estudios de la carrera, entendí que sería bueno especializarse y obtener conocimientos académicos que impulsaran mi labor en medios digitales, además de combinar eso con mi gusto por las humanidades.

Cuando alude a las humanidades como antecedente en su formación se refiere a que estudió la licenciatura en Etnohistoria en la Escuela Nacional de Antropología e Historia. Aunque cada vez es más común que los estudiantes elijan al URC como su primera opción, esta institución de educación superior aún alberga muchos estudiantes que anteriormente iniciaron otras carreras y llegan aquí con la intención de concluir de una vez por todas una licenciatura, o bien de hacer una segunda carrera que complementa a la primera. Bárbara es uno de estos casos que llegan con estudios previos.



Pudo elegir otra institución, otra carrera, sin embargo se inclinó por el IRC porque “Me pareció interesante el modelo educativo que plantea para personas como yo, que necesitamos estudiar a distancia. Además, la oferta educativa es también muy interesante, con licenciaturas muy novedosas. Mi trabajo no me permite acudir a las aulas”; además de que este modelo “me introduce en las nuevas metodologías académicas y de comunicación, que hoy son más necesarias que nunca”.

Hasta el pasado 2022 el IRC registraba una matrícula de 35,985 estudiantes, de los cuales, como Bárbara, 22,645 son mujeres. Asimismo, más de la mitad

de la población estudiantil está inscrita en la modalidad abierta.

Respecto de la relación que guarda con sus compañeros Bárbara afirma que “en realidad tengo escasa relación con ellos; la modalidad a distancia limita mucho la interacción; aunque, cuando ha sido necesario, nos ayudamos a la distancia como podemos, de manera cordial. Pensé que toda la experiencia sería completamente apartada de las relaciones personales, pero un día conocí a varios compañeros, porque acudimos a la reinscripción de manera presencial y fue sumamente grato: parecía que nos conocíamos de siempre. No lo olvidaré, porque eso me enseñó que hay nuevas formas de relacionarnos a partir de la pandemia y que la tecnología puede ayudarnos a seguir siendo seres sociales, aun en la distancia”.

Sus docentes, sostiene, siempre la han tratado con respeto y equidad, también reconoce “cómo nos van enseñando a ser analíticos, cómo todo lo que leemos es una actividad fundamental para después ser capaces de construir contenidos informativos veraces, algo que hace mucha falta en estos nuevos tiempos”.

Casi al final de la entrevista señala que no le agrada que “no existen alternativas para re curse, y eso impide recuperarse y avanzar. Debo dos materias, y al día de hoy, nadie sabe cómo puedo recursar. No me interesa pasarlas en extra si no puedo aprender nada”. Sin duda un tema para tomar en cuenta, para el que sin duda habrá solución en breve, según la normatividad y los recursos.

Desde su experiencia como estudiante en otras instituciones de educación superior, concluye Bárbara, la etnohistoriadora que ahora estudia Humanidades y narrativas multimedia, “la gran diferencia con otras instituciones es la oferta educativa y la forma en que se imparten las materias”.





SOFÍA ALEKSÁNDROVNA YANÓVSKAYA

(Odessa, 1896–Moscú, 1966) fue una matemática judía polaca que destacó por sus contribuciones en **filosofía de las matemáticas y en lógica matemática**.

En la vorágine de la Revolución Rusa, abandonó la universidad para colaborar activamente con el Ejército Rojo, al grado de que se involucró en la vida política soviética como miembro del Partido Comunista. Afortunadamente, retomó sus estudios y se doctoró en 1935.

En esa época coincidió con el matemático y filósofo Ludwig Wittgenstein, quien tenía intenciones de quedarse en Moscú de manera permanente. Sofía lo habría hecho desistir. De lo contrario probablemente el genio austríaco no habría escrito nunca sus *Investigaciones filosóficas*.

Como científica, Yanóvskaya se concentró principalmente en aspectos de la lógica y la filosofía de las matemáticas en relación con las políticas estatales. Desde mediados de la década de 1940 lideró y mantuvo una vigorosa campaña para la restauración de la lógica mate-

mática. En 1947 tradujo al ruso y publicó la *Grundzuge der theoretischen Logik* de D. Hilbert y W. Ackermann (el primer libro extranjero de lógica matemática en la URSS). En el prefacio a su traducción, Yanóvskaya subrayó que el conocimiento de la lógica matemática es indispensable no sólo para los matemáticos, sino también para los filósofos. Señaló ingeniosamente: “la lucha ideológica con las perversiones idealistas de la ciencia burguesa presupone un dominio de las técnicas que le permite a uno blandir el armamento del enemigo contra sí mismo”.

A partir de entonces, Yanóvskaya promovió la publicación de un gran número de libros sobre lógica matemática en la URSS. Desde 1959 y hasta su muerte en 1966, Yanóvskaya apoyó la recién inaugurada Cátedra de Lógica Matemática en la Universidad Estatal de Moscú.

Tal vez Sofía Aleksándrovna Yanóvskaya fue la primera erudita que emergió, a costa de talento y determinación, de las profundidades del dogmatismo marxista y consiguió trascender en el ámbito de la investigación lógico-filosófica.

Encuestas mentiras y democracia

Daniel Ortiz Hernández

Comunicólogo por la UNAM y maestrante en el posgrado en Estudios Políticos y Sociales en la misma institución, actualmente se desempeña como encargado de la subdirección de Extensión Cultural en la URC.

Encuestas 1. Foto: Fauxels. En Pexels.



“Existen tres tipos de mentiras: los embustes, las patrañas y las encuestas”. Esta frase atribuida a Mark Twain se ha hecho cada vez más popular en los últimos años en nuestro país. El creciente número de

encuestas y casas encuestadoras que publican tendencias sobre el estado de preferencia de la ciudadanía en la víspera de los procesos electorales hace cada vez más evidente la validez de esta sentencia.

¿Por qué decir que una encuesta está a la altura de una patraña o un embuste? Hay una serie de buenas razones que pueden respaldar este argumento *Twainiano*, sobre todo en nuestro país y precisamente en nuestro tiempo. En efecto, las encuestas *per se*, fuera de cualquier contexto electorero, pueden ser consideradas patrañas.

Entre las técnicas de la investigación científica, la encuesta es una de las más socorridas: en el marco de la ciencia política, del *marketing*, la publicidad, la opinión pública, la comunicación y, aunque cada vez en menor medida, pero con una ponderación destacable, también en la antropología, la sociología o la psicología. Para estas disciplinas científicas la encuesta representa un método confiable para hacer predicciones, estimaciones o descripciones cuantificables y controlables de algún fenómeno de tipo social.

Sin embargo, la encuesta ha venido en desuso por causa de algunos factores limitantes para describir la realidad, sobre todo en el caso de la sociología o la antropología. Estas ciencias encuentran en la encuesta una herramienta de poca profundidad, pues la idea de un instrumento de investigación que controla la información que arroja genera desconfianza: no hay mucha certeza de que el margen de manipulación de los datos sea para bien de la ciencia o de los intereses de quien la utiliza para validar sus razonamientos.

La idea de tener datos controlables dejó de ser atractiva no sólo en las ciencias: también la publicidad y el *marketing* (disciplinas que se valen del método científico para fines comerciales) han decidido abandonar estos instrumentos, por considerarlos incompletos a la hora de planificar estrategias concretas que incentiven el consumo en un sector bien definido de la sociedad, que es el fin último de estas disciplinas.

Además de estas cuestiones que tienen que ver con la utilidad y nivel de penetración en el contexto de la investigación científica, el uso de la encuesta a nivel profesional se ha desvirtuado por el auge que tuvo durante el siglo XX como instrumento demoscópico, es decir: como un instrumento que sirve para reflejar la opinión de la población —también llamada opinión pública—, ya sea por los medios de información masiva, para medir sus audiencias, o por los partidos políticos, para medir el nivel de aceptación de sus propuestas.

Estos usos prácticos que encontraron los medios masivos y agrupaciones políticas fueron causantes de lo que hoy se conoce como “la cultura de la encuesta”. Se creó una cantidad colosal de centros de enseñanza de la encuesta, se le otorgó gran relevancia en los planes de estudio de programas de formación en instituciones de educación superior y se alentó un vigoroso mercado, tanto laboral como de consumo, con la encuesta

a la vez como quehacer científico, como actividad profesional y como mercancía.

Conocer la opinión de las personas, saber qué piensan, nos permite actuar en consecuencia; para lanzar al aire un programa con un contenido que vaya a ser aceptado o para promulgar una ley que vaya a servir para todos (de manera ideal), o para postular un candidato que goce de aceptación por el grueso de la población, para vender un producto, para identificar una necesidad desatendida, para elaborar un producto y obtener ganancias, muchas ganancias. En general, esto es lo que ha motivado que existan empresas dedicadas a la enseñanza de la encuesta o que oferten sus servicios para llevarlas a cabo.

Pero no todas las encuestas sirven para lo mismo. Existe una diversidad considerable de encuestas: de acuerdo con su tema, con su propósito, con el número de personas que a las que se aplica, entre otras. Quizá el criterio de clasificación más importante es el metodológico. Desde esa perspectiva podemos encontrar cinco tipos:

1. Encuesta exploratoria. Permite un acercamiento a un fenómeno de manera inicial y superficial, sólo para darnos cuenta de qué se trata, qué partes lo conforman y quién interviene en él.
2. Encuesta descriptiva. Como su nombre lo indica, sirve para averiguar

Encuestas 2. Foto: RDNE Stock Project.



detalladamente los elementos del fenómeno, cada una de sus partes y sus relaciones.

3. Encuesta Explicativa. Describe la frecuencia con la que ocurren los fenómenos y cómo es que éstos se relacionan con otros fenómenos.
4. Encuesta Causal: Intenta explicar qué es lo que hace que sucedan los fenómenos.
5. Encuesta Prospectiva. Pretende pronosticar qué fenómenos van a acontecer en el futuro.

Cada una de estas encuestas parece pretenciosa al tratar de hablar de la realidad. Sabemos que ninguna ciencia, por más razonados que sean los instrumentos de que se valga, llega a ser exacta. Toda encuesta entraña incertidumbres para las ciencias o disciplinas que se valgan de ella.

Dadas las características de la encuesta como instrumento de investigación, podemos tratar de dilucidar cuál es su peculiaridad al hablar de predicciones. Tomemos como ejemplo la encuesta más común en estos días: la encuesta política de opinión pública, que se emplea para conocer las preferencias electorales.

Los medios informativos, los analistas políticos, los observatorios ciudadanos, entre otros actores, hacen una serie de conjeturas sobre el triunfo de tal o cual partido o coalición política con base en lo que muestran las encuestas. Muchas preguntas surgen en este contexto: ¿cómo saber que son atinados sus razonamientos? ¿Conocemos de verdad cómo son las encuestas? ¿Cómo saber qué encuesta es la que da un mejor panorama? ¿Son las encuestas reflejo de la realidad? O, como afirman algunos comentaristas políticos, ¿son fotografías instantáneas del momento político que vive el país?

Cada analista o medio informativo se vale de sus encuestadoras de confianza, y éstas apelan a los años de trayectoria en el medio político nacional para reclamar su valía. Sin embargo, para calificar la seriedad de una encuestadora no podemos tener como base únicamente los años al servicio de la opinión pública, porque las encuestas han tenido un papel importante en el panorama político mundial desde hace mucho más tiempo, en comparación con la breve experiencia que pueden presumir las encuestadoras mexicanas. Las *exit polls* (encuestas de salida), por ejemplo, son una tradición norteamericana desde los años veinte del siglo pasado, mientras que la primera encuesta de preferencias electorales que se publicó en México por el diario *La Jornada*, se llevó a cabo en 1988, hace tan solo 25 años.

Existe un conjunto de indicadores técnicos para juzgar una encuesta, todos muy precisos y, muchos de ellos, accesibles para cualquier persona que intente entender la dinámica de una encuesta. Los más destacables tiene que ver con la manera como se aplicó la encuesta, dónde se aplicó, a quién se le aplicó, a cuántos se le aplicó y cómo era el cuestionario. Estos son los indicadores más básicos y con ellos podemos juzgar la veracidad de una encuesta y, sobre todo, entender que las encuestas no tienen una sola lectura, es decir, que los resultados pueden ser presentados y validados de diferentes maneras.

Para empezar, estos indicadores tienen un nombre técnico que a veces resulta confuso, así que intentaremos detallar. La lectura básica de una encuesta tiene que verificar los siguientes elementos:

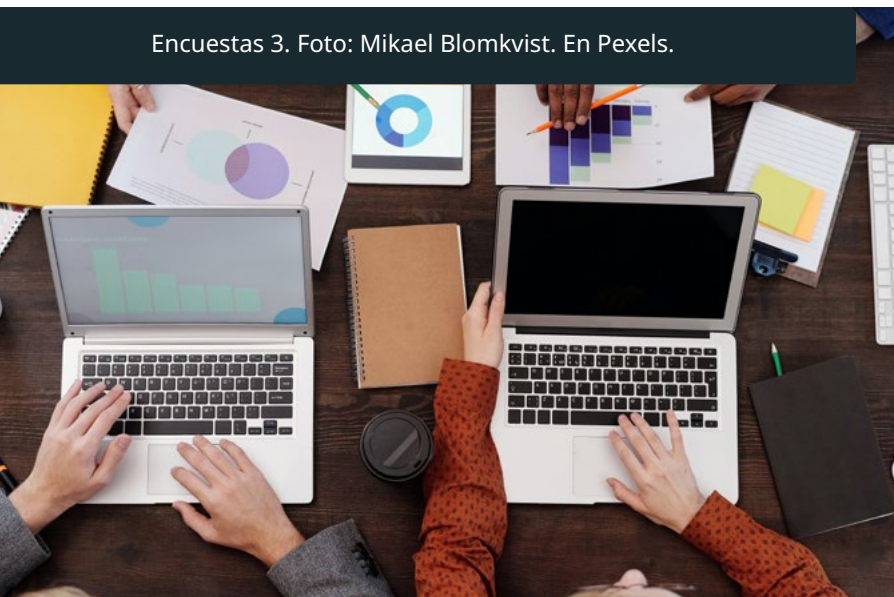
1. La muestra. A cuántas personas se aplicó la encuesta, es decir, un número proporcional de acuerdo con los estratos.
2. El número de estratos. A qué tipo de personas se le pregunta. A esto se llama estratificación del muestreo. No es lo mismo preguntar a personas con cierto trabajo o con determinado ingreso económico, por el número de personas que representan en la población. Por ejemplo, si se pregunta a amas de casa, que representan un alto número de

personas, en comparación con el de altas ejecutivas de empresas multinacionales, regularmente se utilizan escalas de ocupación o de nivel socioeconómico (se indaga cuánto ganan por mes o a qué se dedican), si se seleccionan en una proporción adecuada la encuesta será válida. Hay otro nivel de estratificación y es por densidad poblacional, es decir por el número de habitantes que hay en un estado. Por ejemplo, en una encuesta nacional tiene que haber más encuestados en la Ciudad de México y en la zona conurbada que en estados con pocos habitantes, como Tlaxcala.

3. El tipo de levantamiento. De qué manera se hicieron las preguntas. No es lo mismo haber ido de casa en casa que preguntar por teléfono. En las encuestas telefónicas no podemos estar seguros de que el encuestado puede votar, sea por su edad o porque no cuente con credencial de elector.
4. El nivel de confianza. Este indicador es muy técnico, pero es importante que una encuestadora transparente este dato. El nivel de confianza se refiere al porcentaje de veracidad de la encuesta. Tiene que ver con la proporción matemática del número de preguntas respecto del tipo de respuestas; regularmente este indicador no debe
5. El margen de error. Es otra medida estadística. Para entenderla con una analogía imaginemos una diana de tiro con arco: las rayas que dividen los puntajes no tienen valor, es decir, si la flecha cae en la raya que está entre el 50 y el 100 no se sabe cuál es el puntaje. Al medir los resultados en una encuesta, hay valores que arrojan que “no se sabe bien”, si vale o no, esto es el margen de error. Lo ideal es que oscile del 3 al 5 por ciento. Cuando una encuesta arroja resultados del tipo “El Partido A tiene una aceptación de 31%, el B de 32% y el C de 30%”, el margen de error puede sumarse o restarse a los números, según se desee. En este ejemplo podemos interpretar un empate técnico, ya que el 30% de C puede ser un 33% o un 27%, si tuviéramos un margen de error de 3.

rebasar el 95%, sobre todo porque el nivel de confianza se incrementa respecto al número de preguntas planteadas. Hay encuestas muy extensas, como las que hacen a la salida de los supermercados, en las que muchas preguntas se repiten para descartar que la primera vez no se haya contestado por contestar. Una encuesta con más de 50 preguntas puede alcanzar un nivel de confianza de 95%.

Encuestas 3. Foto: Mikael Blomkvist. En Pexels.



6. La fecha del levantamiento. Es importantísimo saber cuándo se preguntó. No es lo mismo una encuesta sobre el clima que hizo en diciembre o en mayo hecha a las mismas personas: se cambia de opinión muy fácilmente. Las encuestas sólo son válidas por un lapso de tiempo muy corto si se trata de la opinión pública.

Aunado a estos indicadores, hay que preguntarse sobre el tipo de encuestas. Si son descriptivas, exploratorias, prospectivas, etc. El fin con el que se hacen las preguntas influye mucho en las respuestas, no es lo mismo preguntar ¿irías al cine conmigo? que ¿mañana puedes ir al cine conmigo?, o ¿te gustaría ir al cine conmigo? Las respuestas pueden dar cuenta de mis deseos de ir al cine o de mi disposición de ir al cine.

Con estas herramientas de análisis, además de algún otro dato adicional, como quién paga por ésta, podemos fácilmente darnos cuenta de la validez de los resultados de una encuesta. Todo ello ayuda a percibir los intereses de quien publica los datos, pues siempre es posible hacer una lectura distinta.

Conocer la confiabilidad de una encuesta en nuestro país es relativamente sencillo. Se puede comenzar visitando la página de transparencia de metodologías de encuestadoras que publican sus resultados sobre la elección 2012

en el IFE: <https://www.ine.mx/wp-content/uploads/2017/08/Memoria-Histórica-2012-2015-encuestas.pdf>. Si se seleccionan los anexos de los informes se desplegará un documento en Excel que muestra los indicadores que ya hemos analizado. Es fácil percatarse de que pocas encuestadoras revelan estos datos. Dado que no sabemos cómo se obtuvieron, sus resultados en realidad son poco confiables.

Tradicionalmente, la mayoría de las encuestadoras que presentan sus resultados en los grandes medios, como Mitofsky o GEA-ISA, no dan mucha información acerca de su metodología. En contraste, existen varias encuestas independientes, como Encuesta Nacional Independiente o Urna Abierta, que no actúan con opacidad y sí revelan muchos más datos sobre cómo realizan su trabajo.

Las encuestas, que solían ser herramientas de medición, investigación y soporte en la toma de decisiones, en contextos electorales se han convertido en instrumentos para la promoción de partidos políticos y candidatos, es decir, en subproductos del marketing político-electoral, cuyo propósito consiste en influir en la conducta de los electores, sin la molestia de discutir ideas, propuestas o proyectos. Las encuestas, cada vez más, parecen diseñarse a medida, como una playera, una mochila o una gorra de dudosa calidad.

Festival Entijuanarte. Foto: Jaqueline Alvarez. Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional



Cultura circular

Hacia la sostenibilidad de los festivales masivos

Leonardo Reyes Terrazas

Lector de novelas. Actualmente se desempeña como corrector de estilo en la Casa Editorial Rosario Castellanos.

Preliminar

El Sistema Nacional de Información Cultural (SNIC) tiene actualmente un registro de 664 festivales en México. Si bien la cifra no es exhaustiva, pues muchas de las entradas se refieren a hechos culturales efectuados en fechas específicas, y el propio Sistema no ofrece una interfaz que permita saber si se trata de festivales que permanecen durante más de una emisión, sirve cuando menos para coleccionar un conjunto de datos complemen-

tarios que hacen posible un análisis somero de la oferta cultural en nuestro país.

El mismo SNIC estima que se realiza un festival cultural por cada 189,780 personas, si consideramos que la población nacional es de 126,014,024 habitantes. Pero esa proporción no refleja las profundas asimetrías producto de la centralidad de las políticas públicas y de la acción del Estado mexicano: mientras la Ciudad de México acapara 125 de esos 664 festivales, Campeche, Colima, Tamaulipas, Tlaxcala, Oaxaca, Nayarit y Tabasco suman en conjunto solo 47, es decir, en promedio, menos de siete festivales para configurar una parte importante de la oferta cultural pública.

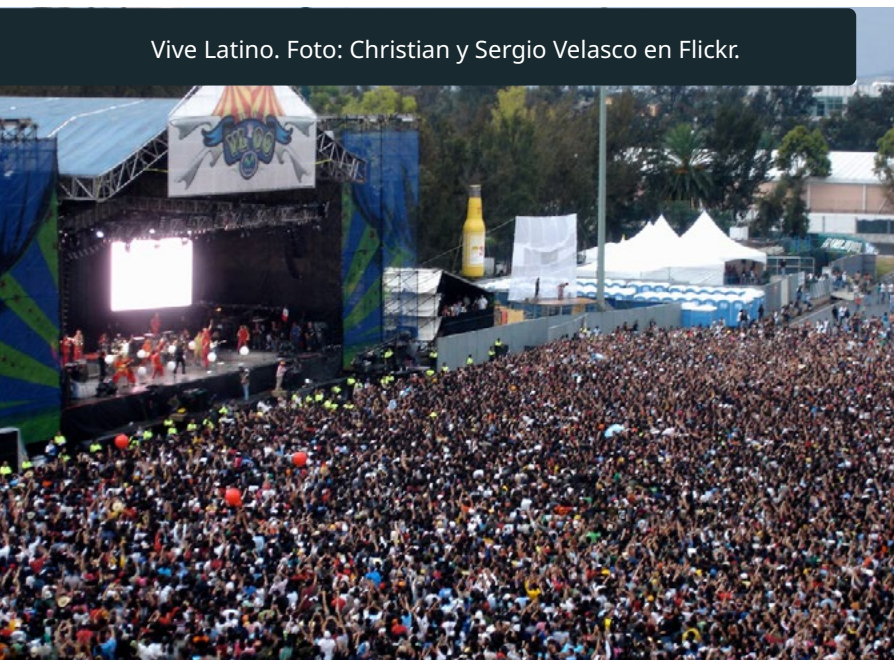
En la mayoría de los casos se trata de festivales en cuya realización concurren presupuestalmente las instituciones estatales de cultura (IEC), el gobierno federal, a través de la Secretaría de Cultura, y en algunos casos las instituciones de cultura de los gobiernos locales. El aporte financiero de la Secretaría de Cultura está sujeto, desde luego, a los recursos etiquetados en el Presupuesto Federal de Egresos del ejercicio correspondiente, y por tanto condicionado a un conjunto de reglas de operación, más o menos rigurosas, según la partida específica concursable.

Los organizadores de un festival deben justificar la solicitud de presupuesto federal mediante un proyecto que es sometido al escrutinio de expertos, quienes dictaminan sobre su pertinencia a partir de una serie de variables, entre las que la congruencia de la programación, la estratificación de públicos, el impacto social, las aportaciones al desarrollo cultural y los mecanismos de transparencia y rendición de cuentas juegan un papel primordial.

Desde hace al menos tres décadas, lo cual coincide con el reconocimiento en México de la gestión cultural como una disciplina de análisis e intervención de lo cultural en el territorio y en el espacio público, los festivales culturales y artísticos han venido evolucionando de modo sistemático e ininterrumpido. Funciones como la programación cultural, la administración cultural, la curaduría de festivales, entre un largo etcétera de especializaciones, han abonado en la necesidad de profesionalizar el campo de la gestión cultural, en aras del diseño y ejecución de políticas públicas y de acciones de lo cultural coherentes con las necesidades cambiantes de una sociedad compleja.

Poco a poco los temas torales de la agenda pública, como la equidad de género, la inclusión social, la pluralidad, la horizontalidad de los procesos de exhibición y consumo, los derechos culturales, la atención de las infancias, la atención de

Vive Latino. Foto: Christian y Sergio Velasco en Flickr.



las minorías étnicas o la interculturalidad, han permeado en la creación, producción y distribución de los hechos culturales. A partir de esas preocupaciones se han incorporado ejes del diseño de la programación y de sus continentes: los festivales y los equipamientos culturales donde se concretizan.

La oferta cultural ha ganado en riqueza. Se han construido circuitos de exhibición cada vez más plurales para el trabajo de los creadores de las distintas disciplinas artísticas y se ha incorporado como público a segmentos de la población tradicionalmente excluidos. Sin embargo, aún hay asignaturas pendientes cuya atención es impostergable.

El caso del Festival Internacional Cervantino

Con medio siglo de existencia, el Festival Internacional Cervantino, FIC, es sin duda el más emblemático de los festivales que se producen en México, y también el de mayor visibilidad a escala internacional. No parece desproporcionado afirmar que el FIC en gran medida constituye el ejemplo a seguir por el resto de los festivales mexicanos, dado que su modelo de gestión parece más que consolidado al paso de los años.

En el FIC se las han arreglado para mantenerse a la vanguardia, incorporando innovaciones con cada nueva emisión.



Plaza de la Paz, Guanajuato. Foto: Irene Soria en Flickr.

Probablemente fue el primer festival multidisciplinario que incluyó, hace al menos una década, actividades vinculadas con la ciencia o con la cultura ambiental. A partir de entonces es común que otros festivales sumen ese eje en el diseño de su programación.

La explicación de ésta y otras tendencias en los procesos curatoriales de festivales salta a la vista: la oferta cultural debe ser lo más plural posible, de modo de garantizar los derechos culturales y actualizarse de acuerdo con la dinámica social, por supuesto cultural e incluso política. No obstante, la realidad tiene siempre ventaja sobre nuestra capacidad de respuesta.

En la nube pueden hallarse datos generales acerca del FIC, a partir de los cuales es posible hacer un balance sobre su impacto. La edición 50, por ejemplo, celebrada en 2022, arrojó cifras sobresalientes, incluso si se tiene en cuenta que sufríamos aún los efectos de la resaca del distanciamiento social impuesto por la pandemia global del coronavirus, y que implicó, en el ámbito cultural, la cancelación definitiva de presenta-

ciones artísticas de todo tipo y la inevitable precarización del sector. La pérdida de valor de los productos simbólicos se generalizó, dejando a salvo únicamente a todos aquellos que ya tenían una presencia notable en los medios digitales. De acuerdo con el Instituto Federal de Telecomunicaciones, durante la pandemia no sólo incrementó la cifra de usuarios de internet y de plataformas de *streaming*, sino el volumen del consumo de contenidos digitales.

De vuelta al tema, el Cervantino reportó en 2022 una inversión cercana a los 150 millones de pesos; una asistencia global del orden de 275,000 mil espectadores; la participación de más de tres mil artistas en 210 presentaciones realizadas en 25 escenarios, así como una derrama económica cercana a los 350 millones de pesos, además de otras implicaciones de naturaleza logística, como la intervención de 1,418 efectivos de seguridad, urgencias médicas y bomberos de los tres órdenes de gobierno, y 235 vehículos de apoyo. Si bien esta numeralia es una herramienta de análisis indiscutiblemente útil para la evaluación del Festival, la ausencia de datos sobre otros aspectos comúnmente invisibilizados arroja también mucha luz respecto de la manera como se aborda el FIC desde su planeación, y desde luego durante su ejecución. No existe registro, por ejemplo, de datos acerca de indicadores ambientales que permitan determinar el grado de sostenibilidad del festival.

No se encuentran datos acerca del volumen de desechos, del consumo de agua, del volumen de dióxido de carbono, o mediciones de contaminación lumínica y acústica, etcétera.

La ausencia de este tipo de datos hace suponer que el festival no comporta hasta ahora ningún protocolo tendente a mitigar su impacto ambiental mediante acciones que incidan en la reducción de la huella de carbono. Este hecho constituye una carencia significativa, toda vez que México se ha adherido a protocolos internacionales en la materia, además de que ha suscrito oportunamente los ODS y que prevé en el Plan Nacional de Desarrollo instrumentos de diseño de políticas públicas e indicadores de cuidado ambiental y mitigación de los factores que abonan al calentamiento global.

Macrofestivales. Entre la corrección política y la convicción ambientalista

Los patrones de consumo en los festivales comerciales han cambiado. En los últimos años, los vasos de plástico de un solo uso han venido sustituyéndose por envases reutilizables para servir las bebidas. Supuestamente, se trata de una alternativa sostenible y respetuosa con el planeta. Sin embargo, dependiendo del gramaje y los materiales con los que están hechos estos nuevos recipientes, no se pueden compostar de forma

eficiente, además de que no hay manera de saber con certeza si realmente se les dará más de un uso.

En México, el festival Vive Latino ha trabajado desde 2010 con la organización Pronatura para valorar el impacto ambiental y “compensar” el daño por huella de carbono. Pronatura evalúa cuáles son los agentes contaminantes del Vive Latino, como vuelos, escenarios, *catering* o cafetería, camionetas, para luego plantar árboles o realizar otros programas que compensen el daño.

Corona Capital, por su parte, obtuvo en 2019 un certificado ISO que lo clasificó como un evento sostenible. Asimismo, en su edición de 2021 llevaron a cabo distintas acciones para reducir la huella de carbono: disminuyeron el uso de botellas de plástico; recolectaron las colillas dentro del festival; utilizaron utensilios biodegradables; la cerveza se sirvió en vasos de fécula de maíz compostable, y la línea de objetos de venta o *merch* oficial del festival fue de materiales reciclado 50 % algodón y 50 % PET reciclado.

Las medidas son desde luego plausibles, pero no necesariamente suficientes. Primero, porque no existen aún marcos regulatorios exhaustivos, de manera que los organismos que acompañan a los festivales en el diseño, gestión y evaluación de sus componentes de sostenibilidad no transparentan sus metodologías (si las tienen), ni obede-



Systema Solar en Berlín. Montecruz Foto. Creative Commons Genérica de Atribución/Compartir-Igual 2.0

cen a un ente público en la materia, porque simple y llanamente no existe. En segundo lugar, porque el modelo de negocio de los macro festivales está supeditado al pragmatismo de la ganancia mercantil.

En el mejor de los casos, el coste de la “sostenibilidad” es transferido a los consumidores, quienes asumen el sobreprecio de los recipientes amigables con el ambiente y participan de una farsa, de una estrategia de *greenwashing*. Los consorcios organizadores proclaman a los cuatro vientos la dudosa sostenibilidad de sus macro festivales, construida a golpe de *marketing*, en cuyas aguas las marcas de los patrocinadores también lavan sus caras.

Muchas veces, son los propios patrocinadores quienes exigen a los festivales adherirse a las prácticas de sostenibilidad para mantener a salvo su imagen y beneficiarse de paso con las posibles ganancias, en una época en la que incluso la convicción ambientalista es susceptible de convertirse en una mercancía.

En este contexto la pregunta obligada consiste en saber si un festival masivo puede realmente llegar a ser sostenible. El desperdicio de comida, el consumo de agua potable, la gestión y disposición de residuos en baños, la contaminación acústica y lumínica, y la construcción de recintos cerca de espacios protegidos o naturales que ponen en peligro a la fauna y la flora son sólo algunas de las consecuencias potenciales de un evento de dos o tres días (19 en el caso del FIC). Estas actividades provocan inevitablemente un gran impacto que se puede cuantificar, desde luego, pero no mitigar por completo. Congregar a un gran número de personas en un espacio reducido por un lapso considerable imposibilita la sostenibilidad.

Nuria Díaz, co directora de *EcoEvent*, una cooperativa española especializada en estrategias de sostenibilidad sostiene que «Puede llegar a ser una batalla perdida contemplar todas las fuentes de emisión de un festival porque, por ejemplo, no sabes de dónde viene el público y adónde se va. Por eso, es preferible decir que se han compensado las emisiones de verdad a maquillar la realidad».

Sucede que en un festival el mayor volumen de emisiones de dióxido de carbono, el principal de los gases de efecto invernadero, proviene de la transportación de quienes asisten a tal festival, sean artistas o espectadores.

La sostenibilidad, de acuerdo con Jone Pérez, analista de *A Greener Festival*, una organización internacional que certifica a festivales en varios países, implica que haya un equilibrio entre los efectos económicos, sociales y ambientales. Un macrofestival ya tiene descompensada la parte económica en detrimento de la sociedad y ambiental». En su opinión, «es incompatible la ambición de crecer económicamente con la de ser sostenible. No se puede crecer sin límite».

Los grandes festivales se han convertido en un fenómeno global que trasciende la propia música, cuando no contribuye directamente a su estrangulamiento. Mueven miles de millones de euros, atraen turismo, exigen subvenciones, blanquean marcas, explotan a artistas y trabajadores y saquean al público. Aun así, no hay ciudad, grande o pequeña, que no apueste por el suyo. Así se lee en la disección que Nando Cruz hace acerca de la industria de los festivales de música en su libro de reciente aparición *Macrofestivales. El hoyo negro de la música*.

Construir la sostenibilidad

El problema radica en que el plan de negocio de todo macrofestival, como ya se ha anotado líneas arriba, se ciñe al modelo económico lineal basado en el extractivismo, la transformación, la venta de mercancías con valor de cambio y la obtención exponencial de ganancias.

Romper con la inercia de esta ecuación en la que subyace la marcha vertiginosa de la especie humana hacia la inviabilidad del planeta supone promover un cambio radical de paradigma. Pensar las cadenas de valor de las industrias creativas desde la circularidad, reconociendo ante todo su valor simbólico, es decir, su valor de uso como componente de la identidad y de cementación de la vida comunitaria.

En Europa se ha avanzado de manera consistente en esa dirección. No sólo se han ideado diversos manuales para asegurar la sostenibilidad de festivales, sino que se han erigido organismos consultores en la materia que ciertamente han creado un nicho emergente de mercado, pero también una gran oportunidad para alentar la reflexión e influir en la agenda pública con propuestas viables de políticas, marcos normativos y acciones concretas hacia la sostenibilidad de la cultura.

Según el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (Pnuma), un evento sostenible es aquel “diseñado, organizado y desarrollado de manera que

se minimicen los potenciales impactos ambientales negativos, y que deja un legado beneficioso para la comunidad anfitriona y todas las partes involucradas”. Esto significa que la circularidad de la cultura forma parte de la agenda global, pero todavía hace falta avanzar hacia la positivación en los planos regionales y nacionales; erigir la sostenibilidad de la cultura como un derecho social insoslayable.

Es menester que en México las instituciones de cultura y los grandes festivales, tanto públicos como privados, suscriban un compromiso genuino y destinen recursos para descarbonizarse gradualmente, sin endosar la factura de los servicios ambientales a sus espectadores, aun si eso implica redimensionar los alcances de su oferta y dirigirla a públicos locales.



Grupo Santander apuesta por la cultura y el arte. Foto: Julio Albarrán.

Este artículo es producto del taller Cultura circular. Diseño de programación cultural sostenible, coordinado por el autor en el marco del VII Foro de Economía y Cultura, organizado del 6 al 8 de septiembre, en la Ciudad de México, por la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM); la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM); Banasta. Mediaciones Arte y Cultura. Colombia; Red es Cultura; Nomismae Consulting, S.C., y el Grupo de Reflexión sobre Economía y Cultura (GRECU).

Referencias

- » Cerezo, Raquel. (24 abril, 2020). Festivales sostenibles: combatiendo el impacto ambiental. Wololo sound. <https://wololosound.com/articulos/festivales-sostenibles/>
- » Cuenca, Aida. (9 julio, 2023). Macrofestivales: mucha música, poca conciencia ambiental. <https://www.climatica.lamarea.com/impacto-medioambiental-macrofestivales/>
- » De La Herrán Arita Alberto Kousuke. (16 abril, 2023). ¿Cuál es el impacto de los festivales musicales sobre el medio ambiente? Noroeste Portal de noticias. <https://www.noroeste.com.mx/colaboraciones/cual-es-el-impacto-de-los-festivales-musicales-sobre-el-medio-ambiente-XA3714330>
- » Estudios Planeteando. Blog de Ciencias ambientales. (2022). ¿Cómo contribuyen los festivales de música en la producción de basura en la CDMX? [https://planeteando.org/2022/04/19/como-contribuyen-los-festivales-de-musica-en-la-produccion-de-basura-en-la-cdmx/#:~:text=Hay%20contaminaci%C3%B3n%20lum%C3%ADnica%20por%20las,\(reciclables%20y%20no%20reciclables\)](https://planeteando.org/2022/04/19/como-contribuyen-los-festivales-de-musica-en-la-produccion-de-basura-en-la-cdmx/#:~:text=Hay%20contaminaci%C3%B3n%20lum%C3%ADnica%20por%20las,(reciclables%20y%20no%20reciclables))
- » Galindo De la Serna, D. L., González Rosas, E. L., Menchaca Rodríguez, R., & Manzanilla López de Llergo, L. (2017). Contaminación del agua y el suelo en la ciudad de guanajuato durante el festival internacional cervantino. Jóvenes en la ciencia, 2 (1), 620-624. <https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/1118>
- » Martínez Rull, Eva. (12 julio, 2019). Basura y toneladas de CO₂. La otra cara de los festivales de música. La Razón. <https://www.larazon.es/sociedad/medio-ambiente/basura-y-toneladas-de-co2-la-otra-cara-de-los-festivales-PA24177228>
- » Suárez, Cristina. (1 de junio de 2022). Los festivales también quieren ser sostenibles. Ethic boletín. <https://ethic.es/2022/06/los-festivales-tambien-quieren-ser-sostenibles/>

A José Agustín

In memoriam

El martes 16 de enero murió José Agustín, el insolente escritor mexicano que cuando era casi un niño confió en la irreverencia como vehículo para significar a una generación de artistas e intelectuales,

deseosos de romper con los corsés de la solemnidad y el manierismo imperantes en la sociedad mexicana de los años sesenta. La cultura popular se desperezó bajo la coloquialidad como recurso estético e irrumpió para proponer un viraje hacia la contracultura como valor identitario de lo mexicano.

En *Dignos y humanos* no hemos querido pasar por alto la ausencia definitiva de un personaje que se convirtió por derecho propio en uno de los cronistas más relevantes de México. Distintas voces comparten con nosotros en clave de anécdota testimonios sobre la influencia que José Agustín ha tenido en sus vidas.

Cuando recién me iniciaba en este oficio de escritor —sí, hace muchísimos años— tres escritores me marcaron y que incluso imité cuando buscaba mi estilo. Ellos fueron José Agustín, Jorge Amado y Jorge Ibargüengoitia. La única vez que vi en persona a José Agus-



José Agustín en la Feria Internacional del Libro del Zócalo de la Ciudad de México en su edición de 2013. Foto: Abril Cabrera/Secretaría de Cultura.

tín fue en la última comida organizada por el Centro Mexicano de Escritores, en donde él debía decir un discurso. No recuerdo haber visto a nadie tan nervioso como José Agustín. Descanse en paz.

Alejandro Licona, escritor.

Algunas veces uno no quisiera recordar ciertos momentos de la vida. Tuve mis diferencias con José Agustín, aunque él no lo supo; acerca de los conceptos de brecha generacional, de contracultura, del papel del rock como manifestación subversiva. En esos tiempos yo estaba más vinculado con la música afroantillana. Pero debo reconocer que José Agustín era un referente obligado para mi generación. Quizás lo que a mí me aportó fue la toma de conciencia sobre la necesidad de voltear hacia nuestras músicas y explorar en nuestras características propias como cultura. No puedo negar la influencia del rock en mi carrera. José Agustín describe de manera muy clara esa parte de mi vida. Debo reconocer que él y su obra fueron una experiencia que dejó profunda huella en mí, a veces sin ser consciente. Saber de su fallecimiento me remueve muchos recuerdos y cierta melancolía. **Francisco Natera, músico. Bajista de la Camera-ta Rupestre.**

Creo que, por él, por el máster soy un poco chavo ruco, somos un poco chavorrucos.

Mis amigos de *Dignos y humanos* me piden escribir unas líneas y sonrío, pienso en una tarde de preparatoria mientras el grupo de rock canta: "Chavo de onda" (tal vez 1980), el grupo se llamaba *Trébol 4* y la rola era en ese entonces para mí la mera neta. Me identificaba. Lora todavía no me parecía una estrella del Canal de las Estrellas.

Recuerdo que la primera ocasión que participé en una huelga de hambre pensé en los presos del 68, pero también en Bobby Sands.

Conocí a Diprra en *New York*, ella era irlandesa y odiaba a los ingleses. Ella y su mejor amiga, de la que no recuerdo su nombre, habían militado en el IRA. Diprra me confió: ¿Sabes por qué los británicos no podrán jamás con el IRA? Porque la CIA y el FBI están llenos de irlandeses.

Pienso en Bobby Sands como uno de mis íconos de juventud y el maestro José Agustín me guiña el ojo, pero también me reprocha no haber escrito nada sobre la época neoliberal en México: "déjate de mamadas y escribe", me dice.

A Diprra le hablé de Bobby Sands y le caí poca madre. Después del jale, en la madrugada, fuimos a un bar y yo estuve

tomando *Scotch*, ella un chingo de cervezas, mientras hablamos de colonialismo, revolución y rebeldía.

Me pidieron que el rollo sea corto: dice mi perfil criminal que elaboraron en Almoloya que tengo facilidad para adaptarme a distintas circunstancias, incluso en ambientes muy adversos. Creo que de José Agustín aprendimos que se lucha con desenfado, con optimismo rebelde, total: siempre estaremos insatisfechos.

Me cuestiono, “las respuestas están flotando en el viento...” **Flavio Sosa Villavicencio, activista y líder de la histórica Asociación Popular de los Pueblos de Oaxaca, ex preso político y poeta en sus tiempos libres.**

A José Agustín lo conocí con *De perfil*, en el CCH, en primer semestre. Luego me tocó ver sus documentales acerca del rock; pero en realidad cuando me enganché con su manera de comunicar, cuando en realidad pude sentir que estaba sentado en la banqueta platicando con un valedor que estaba “en la onda” fue con dos obras: *La contracultura en México* y *Tragicomedia mexicana*.

El libro acerca de la contracultura fue esclarecedor sobre el ambiente subterráneo antes de que me integrara a él. Se me fue José y no abundó jamás sobre lo que para él es el lado oscuro de la

contracultura, apenas dos líneas. La *Tragicomedia* me llegó a salvar: estaba indignado por el fraude electoral de 2006 y José me ayudó a ver, con perspectiva histórica, que apenas unos años antes el PAN peleaba por el fraude electoral en Chihuahua, mientras que el oficialismo (el PRI) le aplicaba las mismas. Le agradezco mucho sus palabras, en particular las reunidas en esas obras, lástima que no fuesen más extensas. **Cristhian Chavero López, comunicólogo y editor.**

Me impactó su estilo en mi adolescencia, por la ruptura e irreverencia con las reglas del buen decir; los protagonistas jóvenes con su lenguaje burlón, albureo, ciudadano, antisolemne y coloquial, y aquella emanación del desparpajo que soltaba la escritura. Inmediatamente me identifiqué al leerlo. Descansa en paz, José Agustín. **Edna Ochoa, dramaturga, directora de escena y actriz.**

Amanecía la década de los ochenta. La crisis del *Boom* petrolero anunciaba ya el fin ineluctable del prolongado amorío entre las fuerzas vivas y el régimen posrevolucionario. Una parte de mi generación se solazaba con Bob Marley y Carlos Castaneda, sin renunciar a la larga lista de imprescindibles del rock. Ahíto, transitábamos de la energizante estridencia de *Black Sabbath* o *Led Zeppelin* a

la sospechosa tersura de *Pink Floyd*, Lou Reed, Neil Young o el mismísimo Elton John. Yo luchaba a brazo partido contra el acné y me entregaba a la derrota existencial con la banda sonora de *Procol Harum*.

Entonces llegó a mis manos un ejemplar de *El cuento hispanoamericano*, de Seymour Menton. Era el texto base del curso de literatura en la Preparatoria Agrícola de la Universidad Autónoma Chapingo. Recuerdo la mayoría de los textos con reverencia. Pero sólo uno me deslumbró. En mi cortísimo entendimiento *¿Cuál es la onda?* fue de golpe y porrazo la síntesis precisa de todo aquello que se hallaba en el núcleo de mis influencias contraculturales. El desmadroso y cursi relato del amor a primera vista entre Oliveira y Requelle fungía a la vez como improbable metáfora del universo pergeñado por Cortázar en *Rayuela* y como tardía declaración jipiteca del derecho a la felicidad de estar jodido.

De tanto leerlo, aprendí casi de memoria el relato de José Agustín y ensayé frente al espejo decenas de aproximaciones escénicas. Nomás porque sí, o por chingar al prójimo, ¿quién sabe? A la postre, cuando un amigo tuvo la audacia de invi-

tarme a dar clases de lectura y redacción en una naciente Prepa Popular, aquel acto psicomágico cobró sentido pleno: la lectura en un improvisado atril de aquel cuento, al que los *centenials* calificarían como "icónico", se convirtió en recurso infalible para atraer hacia el goce de la literatura turbas de adolescentes vivaces y, como no, jodidos, provenientes de Chicoloapan, Chimalhuacán y Los Reyes. Con el paso (y el peso) de los años, otros relatos han suplido con dudosa eficacia al de José Agustín en mis cada vez más escasas incursiones dentro de las aulas. El Rey ha muerto, viva el Rey. **Leonardo Reyes Terrazas, lector de novelas.**

Investigaba el *Códice Boturini* para la creación de un texto dramático; sabía quién era el público con el que quería dialogar; *Botellita de Jerez* y *Rius* estaban presentes como influencias, pero no hallaba estructura ni forma narrativa. No fue hasta que leí *En la panza del Tepozteco*, de José Agustín, que comprendí todo. Su espléndido humor fresco hablando a un público joven quedó plasmado en tal propuesta llevada a la escena. Le estoy sumamente agradecido. **Aldebarán Casasola Tello, dramaturgo, director de teatro y actor.**

Productos digitales

Un acercamiento al diseño de Experiencia de Usuario



Por

Esther Labrada Martínez.

Doctora en Ciencias y Artes para el Diseño. Labora en la Dirección de Innovación en Tecnologías para la Educación de la DGTIC, UNAM. Es DDTT en la URC.

Cristina Salgado Ceballos.

Licenciada en Diseño y Comunicación Gráfica. Labora en la Dirección de Innovación en Tecnologías para la Educación de la DGTIC-UNAM.

Antonio Eder Navarro Mendoza.

Licenciado en Diseño y Comunicación Visual. Actualmente labora en el Departamento de Desarrollo Tecnológico para la Educación de la DGTIC-UNAM.

Introducción

En la era de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, mejor conocidas como TIC, la actividad del diseño desde el papel hasta la virtualidad abre diversos campos de estudio, de especialización y de conocimiento, los cuales, al ser aplicados en la práctica en conjunto con otras disciplinas, posibilitan el desarrollo de recursos, productos o servicios tecnológicos. En este contexto, “usuario” e “interacción” son los conceptos fundamentales de la propuesta comunicativo-funcional que realiza el profesional del diseño para estas tecnologías.

La denominada *Era tecnológica* se ha traducido en la reconfiguración de la práctica del diseño y en el surgimiento de prácticas complementarias, como la Experiencia de Usuario, también conocida como UX.

El diseño UX es propiamente un método para estudiar a mayor profundidad al usuario desde aspectos que no habían sido considerados, y que podrían denominarse como subjetivos. Este breve artículo constituye un modesto ejercicio para conceptualizarlo, comprender su relevancia y relacionarlo con otras ramas del diseño, integradas todas al desarrollo de productos digitales. Así, se pretende argumentar por qué debería ser considerado e integrado en el ámbito de la producción de tipo digital.

¿Qué es el diseño de Experiencia de Usuario (UX)?

Garreta dice que:

... la experiencia de usuario pone el énfasis en los aspectos más relacionados con la experiencia, la afectividad, el significado y el valor de la interacción persona-ordenador, aunque también tiene en cuenta las percepciones del usuario en relación con los aspectos más prácticos como la utilidad, la facilidad de uso y la eficiencia de un sistema¹.

En el HCI International 2019, *21st International Conference on Human-Computer Interaction*, se expresó que el diseño UX se refiere a un pensamiento, sentimien-

to y comportamiento de una persona en el uso de sistemas interactivos... [donde] El alcance del diseño, la experiencia de usuario y la usabilidad (DUXU) se extiende a todos los aspectos de la interacción del usuario con un producto o servicio, cómo se percibe, aprecia y utiliza, y aborda el diseño de conocimientos, métodos y prácticas, con un enfoque en un proceso profundamente centrado en el ser humano. Siendo la usabilidad, utilidad y atractivo, requisitos fundamentales para un diseño eficaz de experiencia de usuario.²

La importancia del diseño UX para el desarrollo de productos digitales

La implementación de la Experiencia de Usuario como un método busca identificar las necesidades, los sentimientos y la comodidad del usuario en sus distintas interacciones con el producto que se diseñará. Permite considerar diferentes tipos de soluciones útiles, usables, accesibles y con un ambiente determinado que mejoren la percepción del usuario frente al producto digital.

Knight, al hacer referencia a Nick Finck, alude a las *disciplinas* a seguir para el diseño UX, las cuales pueden ser reconocidas como fases o etapas, de acuerdo

1 Garreta, M.; Mor, E. (2011). *Diseño centrado en el usuario*, Cataluña, España: Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

2 DUXU | HCI International 2019. <https://2019.hci.international/duxu>

con el concepto que de ellas se tenga en distintas regiones del mundo. Para el caso de este texto serán denominadas *etapas* y son las siguientes: investigación del usuario, estrategia de contenido, arquitectura de la información, diseño de interacción, diseño visual y evaluación de usabilidad (Knight, 2019).

Investigación del usuario. Se realiza a través de la observación, el análisis de tareas y la recopilación de comentarios sobre el producto o servicio. Trata de comprender las necesidades y conocer el comportamiento del usuario al ejecutar tareas específicas, además del efecto emocional que un diseño de producto le provoca.

Estrategia de contenido. Consiste en la elaboración, la planificación, creación y entrega de la información. Además del diseño de una guía de las acciones a realizar por el usuario para otorgarle contenido útil y significativo.

Arquitectura de la información. Comprende la organización lógica y consistente de la información en una estructura con la que el usuario se sienta seguro y confiado de dónde se encuentra y qué esperar en sus siguientes acciones para el logro de sus objetivos.

Diseño de interacción. Planea la forma en que el usuario consultará la información, facilitando la comprensión de lo que hace cada elemento que contiene el

sistema, producto digital o servicio tecnológico, procurando con ello una buena funcionalidad y eficiencia, además de mitigar posibles errores.

Diseño visual. Consiste en la elaboración de una propuesta estético-visual; considera distintos aspectos como el estilo, la jerarquía, el color, los tipos de letra y su composición armónica e intuitiva. Contempla criterios de usabilidad, navegabilidad y funcionalidad.

Evaluación de usabilidad. Trata de la aplicación de técnicas para la obtención de información sobre la eficiencia y efectividad que el usuario aprecia en la interacción con el producto digital terminado. El análisis de esos datos permite determinar si la solución cubre las necesidades detectadas o si requiere de correcciones.

Áreas que complementan al diseño UX

Considerando que el diseño ha sido una disciplina proyectual que se centra en conocer al usuario para crear soluciones comunicativas, aplicando aspectos estético-visuales con un propósito específico y tendientes a resolver las necesidades del usuario, la aparición del diseño UX enriquece la experiencia en el uso del producto, para que sea memorable y aporte valor al usuario.

La reconfiguración de la práctica diseñística en la denominada *Era tecnológica* originó el surgimiento de otras ramas como el diseño de interfaz, diseño de interacción, diseño centrado en el usuario, por mencionar algunas, las cuales se complementan para desarrollar productos, sistemas o servicios digitales.

Conclusiones

Como se ha explicado a lo largo de este texto, el diseño de la Experiencia de Usuario provee beneficios en distintos sentidos:

1. Aporta información sobre el punto de vista de un usuario final para una propuesta centrada en la persona.
2. Permite un estudio real de las necesidades y apreciaciones de las personas con respecto a un producto digital.
3. Su proceso es iterativo, es decir, se hacen evaluaciones constantes a lo largo de la producción para la detección de áreas de oportunidad y realización de mejoras.
4. Impulsa el desarrollo de soluciones sencillas, útiles, comunicativas y funcionales, de acuerdo con las necesidades de un público objetivo.

Referencias

- » Chipman, A. (2021). *UX/UI Design 2022: A Complete Beginners to Pro Step by Step Guide to UX/UI Design and Mastering the Fundamentals of Web Design with Latest Tips & Techniques*. Monee. IL, USA.
- » Garreta, M.; Mor, E. (2011). *Diseño centrado en el usuario*. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Cataluña, España.
- » Godwin, N. (2022). *UX/UI DESIGN 2022 Beginners to Advanced User Guide: The Ultimate Step by Step Guide to Mastering the UX/UI Design + Best Practices for Beginners to Intermediate and Advanced Designers*. Dorween Publishing House. NY, USA.
- » HCI International. (2021). *DUXU | HCI International 2019, Duxu: 8th International Conference on Design, User Experience And Usability*. <http://2019.hci.international/duxu>
- » Holmes, T. (2022). *UX/UI Design for Beginners 2022-2023: The Complete Step By Step Guide For Beginners and Seniors to Master Web Design and Mobile App Sketches*. Monee. IL, USA.
- » Knight, W. (2019). *UX for Developers: How to integrate User-Centered Design Principles into Your Day-to-Day Development Work*. Apress. Northampton, UK.
- » Williams, D. (2022). *UX/UI Design Complete Beginners Guide 2022: The practical step-by-step beginners, intermediate and advanced users manual to creating meaningful digital and physical products to users*. Monee. IL, USA.

Los memes y la cultura popular del futuro

Héctor R. Sapiña Flores*

Docente de Teoría de los medios en la URC. Cursa actualmente posgrados en Letras en la UNAM y en Comunicación en la Universidad Autónoma de Chihuahua.

El 11 de diciembre del 2022 recibí este meme (Fig. 1) de una persona a la que respetaré el anonimato por petición suya y por respeto a la naturaleza también anónima de la “comunicación memética”.

Su referente, claro está, es la relación entre los temblores que amenazan periódicamente al país y la coincidencia de uno de ellos con el calendario litúrgico, donde el festejo para la Virgen de Guadalupe ocupa una fecha capital para la identidad mexicana. Los memes han catalizado las expresiones colectivas desde hace ya casi una década; siempre que hay un evento significativo se propagan estos divertidos mensajes que, desde la semiótica, podríamos definir como unidades iconotextuales cuyo objetivo es mover a los receptores hacia la risa a partir de una economía de recursos que suele consistir en la yuxtaposición de elementos comúnmente disociados o que revelan un trasfondo absurdo en algo solemne: la política y el circo, la devoción



Figura 1. Meme temblor-día de la Virgen. Tomado de comunicación anónima vía WhatsApp, 11 de diciembre de 2022.

religiosa y la fiesta, la tragedia geológica y el “pancito para el susto”, etcétera.

Por lo general, cuando se habla de memes en conversaciones familiares, en segmentos de programas televisivos como *Venga la Alegría* o en algunas secciones de periódicos como *El Universal* o *Excelsior* (¡y no se diga en redes sociales!), alguien tiende a coronar el asunto con el comentario “¡qué ingeniosos los mexicanos, de veras!” Pero vale la pena problematizar un poco: ¿realmente son los memes expresión de nuestra cultura popular, de nuestro carácter como nación, de una identidad colectiva? ¿No, más bien, es un fenómeno que descontextualiza el espíritu de nuestro humor, lo reproduce como cualquier otro contenido mediático y lo vuelve efímero?

O, desde otro ángulo, ¿es posible sostener a estas alturas del siglo XXI que existe *una* identidad mexicana, *una* cultura popular, *un solo* pueblo? ¿No sería eso una manera de perpetuar la idea de que toda nuestra diversidad puede sintetizarse en el mestizo y en Pedro Infante? ¿Dónde quedarían, entonces, las culturas indígenas, las expresiones femeninas que no tienen como únicos modelos a la Virgen de Guadalupe o a María Félix, las abuelitas que disfrutaban de *MasterChef*, de Luis Miguel y de *El Fónografo*, los *gamers* que han construido su identidad desde *MasterChef* hasta la versión del Chapulín Colorado de

Fortnite y los tantos *fandoms* del *K-Pop*: *armies*, *blinks*, *once*, *exos*, *monbebes*, etcétera?

No es posible, desde luego, abordar cada una de estas variantes en un espacio breve, pero podemos plantear una respuesta tentativa a la pregunta por el vínculo entre la cultura popular y los nuevos medios: si el cuerpo del pueblo surgió en las plazas, de ahí la idea del espacio público, ¿podemos hablar de expresiones populares en el espacio de la red?

A modo de confesión, debo decir que el meme de la Virgencita me cayó como anillo al dedo. Cuando inicié la redacción del presente ensayo pensaba abordar la cuestión en abstracto, sólo como un tema de actualidad. Pero qué mejor que tomar un ejemplo reciente como punta del *iceberg* para ilustrar un fenómeno al que subyacen siglos de tradiciones.

Dos factores producen la risa en el meme de la Virgencita que nos anima a arrancar la fiesta: 1) quizá el más obvio, la irreverencia del lenguaje grosero; 2) la idea de que un fenómeno completamente azaroso tenga una explicación, no sólo religiosa, sino pachanguera.



Figura 2

En cuanto al primer factor, la irreverencia por supuesto resulta irrespetuosa, probablemente es por esa razón que la persona que me envió el meme me pidió permanecer en el anonimato. Asumir qué es lo que diría la Virgen de Guadalupe es, en sí, ofensivo, pero llenar sus palabras de groserías lo es aún más. No obstante, al tiempo que se produce la irreverencia, se confirma su poder: sólo la Virgen es capaz de hacer temblar al país para exigir una fiesta en su nombre. Ahí el juego con el segundo factor: el azar es controlado por una divinidad cuyo interés principal es la fiesta, como si el Plan Divino tuviera la pachanga entre sus principales propósitos.

Por lo tanto, aunque profano, el meme no es precisamente arreligioso, de hecho, cumple con una de las razones por las que surgió la adoración de los santos y las vírgenes originalmente: acercar lo divino a la vida cotidiana. Para cuando el catolicismo llegó a América, ya hacía mucho que se había impregnado de la diversidad cultural que caracterizaba a la espiritualidad romana. A cada pueblo conquistado se le permitía realizar su propia fiesta, siempre y cuando el objeto de adoración fuera justificado dentro del canon eclesiástico (como es bien sabido, nuestra Lupita reemplazó a nuestra Tonantzin).

Así pues, el meme subvierte un discurso oficial (en este caso, el religioso) y, al mismo tiempo, lo confirma. El meme de la Virgen es, en palabras de Mijaíl Bajtín, carnavalesco. Y con esto llegamos a la noción de cultura popular. Bajtín es un filósofo del lenguaje ruso reconocido, entre otras cosas, por sus aportaciones sobre el estudio del humor y su representación en la literatura de diversas épocas. En su libro clásico *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento* analiza cómo las expresiones del pueblo se oponían a aquellas que se realizaban al interior de la Iglesia o del Estado, es decir,

al ámbito oficial (1987, p. 10). Mientras las instituciones religiosas y del gobierno exigían seriedad, códigos de comportamiento y de lenguaje refinados, y a veces incluso tristeza; la fiesta del pueblo imponía la celebración, la risa, la glotonería, las groserías y el contacto corporal (la palabra *carnaval*, de hecho, se vincula con la *carne*). Basta comparar la actitud de los asistentes a la coronación de un rey o el ayuno que se guarda durante Semana Santa con el ánimo de un reventón, la cantidad de comida que se ofrece en una feria de pueblo o la liberación inducida por la ingesta de alcohol.

Mucho se puede decir a propósito del planteamiento de Bajtín. Algo interesante, por ejemplo, es su suposición de que en las sociedades prehistóricas las fiestas de la risa y las fiestas serias probablemente tenían el mismo valor. Pero con el surgimiento de las clases sociales en las primeras ciudades, la solemnidad se impuso sobre el humor porque, de esa manera, los ritos serios exigían respeto hacia las autoridades, las clases en el poder (p. 12). De ahí que en los géneros literarios la tragedia se considere una forma más valiosa que la comedia (hasta la fecha, los "dramas" ganan más Óscares y Palmas de oro que las comedias).

Diríamos, entonces, que la subversión sobre la imagen solemne de la Virgen de Guadalupe en el meme es de carácter carnavalesco y, con toda seguridad, es una forma de la risa que encuentra

su ancestro en las fiestas medievales, tal vez incluso en los ritos solares de “los pueblos primitivos”. No obstante, hay una enorme diferencia entre la cultura popular de la Edad Media europea y nuestra cultura popular actual. Para empezar, no estamos en Europa (aunque hemos “heredado” bastante de ella). Por otro lado, las modernidades han transformado considerablemente los ritos, costumbres, tradiciones en miles de sentidos; por ahora, el que más nos interesa es el de la cultura de masas, que se aleja bastante de la popular.

Sin detenernos mucho, la cultura de masas es producto de la apropiación y reproducción que las industrias hacen de la cultura en general con fines comerciales: una playera con la *Mona Lisa* (apropiación de la cultura artística clásica), una película de Disney sobre el Día de Muertos (apropiación de las culturas populares latinoamericanas), etc. Aquí los medios de comunicación masiva juegan un papel protagónico, son los que ejecutan la parte de la reproducción, y en ese proceso suele generarse un problema doble: se mercantilizan expresiones propias de cada comunidad, lo cual lleva a cosificarlas y descontextualizarlas para adaptarlas a un consumo de gusto promedio: “que la calaca no se vea tan mórbida para que los niños internacionales que no entienden el *Día de Muertos* no se asusten mucho y sus papás nos compren la mercancía”. Ade-

más, la cultura de masas tiende a aislar a las personas. Dado que es regida por la lógica del mercado, la competencia entre industrias y entre consumidores se vuelve prioritaria. Brincándonos una sustanciosa cadena argumental que nos ha aportado la Escuela de Frankfurt al respecto, señalamos únicamente sus conclusiones: la cultura de masas produce enajenación en los individuos.



Figura 3

Y de nuevo el problema inicial: ¿un meme que subvierte carnavalescamente a la Virgen de Guadalupe es cultura popular o cultura de masas? Por un lado, tenemos una lógica típica de lo popular, juguetona, ingeniosa, que “pone el mundo al revés” como diría Bajtín; al mismo tiempo el meme implica la falta de contacto entre quienes se comunican, el medio separa los cuerpos, la risa es aislada y probablemente enajenante. ¿Es o no es cultura popular?

Utilicemos un comodín para dar una respuesta tentativa: Marshall McLuhan. Uno de los principios de este importante teórico de la comunicación es que todo medio y, de hecho, toda tecnología es una extensión de nuestro cuerpo: el martillo extiende mi puño, la ropa extiende mi piel, el teléfono mi boca y mis oídos, la televisión nuestro sistema nervioso, etc. Bajo esta lógica, en la introducción de *Comprender los medios de comunicación* anunciaba algo que pudimos confirmar algunas décadas más tarde: “Nos estamos acercando rápidamente a la fase final de las extensiones el hombre: la simulación tecnológica de la conciencia, por la cual los procesos creativos del conocimiento se extenderán, colectiva y corporativamente, al conjunto de la sociedad humana” (1996, pp. 25-26).

La profecía de McLuhan se observa en al menos tres sectores tecno-mediáticos de nuestro tiempo: 1) la Inteligencia Artificial, 2) los dispositivos inteligentes, 3) el avance de las redes sociales hacia el Metaverso, un mundo virtual secundario, superpuesto a nuestra realidad material. En ese sentido, no sólo es el cuerpo individual el que se ha extendido a través de las tecnologías; la noción misma de pueblo como un cuerpo colectivo (así lo describe Bajtín) se ha traspuesto al universo secundario que habitamos virtualmente.

En lo personal, me parece que tanta interferencia entre el yo y el tú no se compara en absoluto a la experiencia genuinamente corporal que vivimos durante una fiesta o un concierto. Mucho menos debe parecerse a los ritos antiguos de la risa, como la Navidad original: las Saturnales romanas, llenas de banquetes, vómito y relajación de los tabúes. Pero el meme de la Virgen de Guadalupe puede hablarnos de una nueva forma de la cultura popular, que se resiste a la enajenación de la cultura de masas, aunque utiliza sus medios y, por lo tanto, pierde algunos de sus componentes primordia-

Sarah Connor viendo como te haces amigo de la Inteligencia Artificial



Figura 4

les. A menos que el cataclismo ecológico llegue primero, nuestros memes serán algún día la prehistoria de lo popular en la Edad del Metaverso.

Referencias

- » Bajtín, M. (1987) [1968]. *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*. Alianza.
- » McLuhan, M. (1996) [1964]. *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Paidós.

* Nota del autor: La reproducción de los memes tiene fines académicos, se ruega al lectorado no considerarlo una falta de respeto.

¿Sabes qué es **el PIB**?

Cápsulas de Dignos y humanos

Según el INEGI, el producto interno bruto o PIB “es la suma del valor (en dinero) de todos los bienes y servicios de uso final que genera un país o entidad federativa durante un período (comúnmente un año o trimestre)”. Pero... ¿a qué son los bienes y servicios? Los bienes son aquellos objetos que podemos tocar, como una televisión, un carro o los alimentos que comemos a diario; los servicios, por otro lado, son las actividades que las personas realizan para, incluso, poder satisfacer las necesidades de otros, por ejemplo, dar mantenimiento a un carro, hacer un corte de cabello o dar una consulta médica.

Los bienes y servicios se clasifican en los que son considerados de uso final y los que no. ¿Cuál es la diferencia? Pues bien, los de uso final, son los muebles, ropa, juguetes, carros que ya están listos para su venta y que serán usados por un consumidor final. Ahora bien, para explicar aquellos que no son de uso final pensemos en un automóvil: sabemos que para fabricarlo se requieren de múltiples piezas como tornillos, pues los tornillos son bienes que no son de uso final, como sí lo sería el automóvil. Asimismo, en esta clasificación entran los productos de segunda mano, pues ya cumplieron su función de uso final cuando fueron fabricados.

Ahora bien, cuando crece el producto interno bruto significa que hay más dinero para hacer casas, edificios, en general para producir más bienes y servicios, por lo que esto trae como consecuencia más empleo y oportunidades. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que el PIB no nos ayuda a saber cómo es la economía de una sociedad ni cómo se distribuye la riqueza.

Porque los ojos del PIB tienen algunas limitantes, por ejemplo, no alcanzan a medir el comercio informal o el trabajo no remunerado (como el del hogar).

Pero ¿entonces es bueno que el PIB crezca? En teoría sí, porque significa que hay un crecimiento en la economía, más producción y, por tanto, más trabajo. No obstante, debemos tener cuidado de no seguir la línea del crecimiento a ciegas... sino reflexionar en cómo se componen esos bienes y servicios, y que éstos permitan un real crecimiento a largo plazo. Por eso, cada vez que pensemos en lo positivo que tiene el que haya más producción, más empleos y más bienes y servicios, debemos pensar también en cómo está distribuida esa riqueza, y que el PIB sólo es un indicador de crecimiento.

Referencias

- » Con información de: INEGI. (s.f.). *Producto Interno Bruto (PIB). ¿Has escuchado hablar del PIB?, ¿sabes para qué sirve?* <https://www.cuentame.inegi.org.mx/economia/pib.aspx?tema=e>
- » <https://cuentame.inegi.org.mx/economia/pibpc.aspx?tema=e>
- » BBVA. *Crecimiento económico y PIB.* <https://www.bbva.com/es/economia-y-finanzas/crecimiento-economico-y-pib-de-que-estamos-hablando/>

Cinco bandas mexicanas que deberías escuchar

Camilo Vázquez Ntsee

Estudiante de la licenciatura en Humanidades y Narrativas Multimedia de la Unidad Coyoacán de la URC. Es colaborador en Retumba y Metal Addiction-Webzide.

México es un país con una vigorosa tradición artística y creativa. Existen grandes personajes creando música excelsa en estas latitudes. Aunque, por desgracia, la escasa difusión y el predominio de las grandes disqueras en ese mercado hacen que muchas propuestas se queden en el mundo *underground*, o simplemente se vayan apagando con el paso del tiempo.

Por ello, a pedido expreso de *Dignos y humanos*, sometemos a la consideración de los lectores (y escuchas) una selección de bandas integradas por músicos mexicanos que, a nuestro juicio, están rompiendo los paradigmas para llevar ese arte a otro nivel. Son cinco propuestas que esperamos aprecies y sumes a tu *playlist*. Encontrarás que cada banda toca un género diferente y que imprime su propio sello particular en su propuesta creativa.

5

5. Night Runner. ¿Te gusta el *Synthwave*? ¿Te fascina la música de la década de los años ochenta? ¿Eres fan de *Stranger Things*? Entonces esta banda es para ti.

No hay datos disponibles acerca del año en que se agruparon, pero los integrantes son originarios de Morelia, Michoacán. Su primer álbum, titulado *Starfighter*, data de 2014; posteriormente, en 2017, ve la luz *Thunderbird*, su segundo álbum. A partir de aquí la agrupación se dedicó a sacar *singles* o sencillos, que ofrecen un viaje a través de la cultura pop de los ochenta. Lo innovador es que suena muy genuino; se siente el amor por la música que los influye, pero se resisten a



que suene viejo. Los sintetizadores junto a las guitarras producen maravillas armónicas y melódicas con resonancias del *heavy metal*. Las voces que son parte de algunas rolas remiten a bandas como *Styx* o *Eurythmics*, aunque al incorporar otros instrumentos, como el saxofón, consiguen imprimir un toque jazzístico a la música ochentera.



En su disco más reciente, que apareció en diciembre de 2022, experimentan un poco más con el género del *Chiptune* (música arcade), donde, literalmente, crean una narrativa que te transporta a un videojuego de los años ochenta. Cada canción va haciendo referencia a una historia, algo mágico, si te gusta oír la música de videojuegos.

Una propuesta ambiciosa que explora conceptos de la música ochentera que probablemente no sabías que existían.

Disco recomendado: Thunderbird

Plataformas: Spotify, Bandcamp, YouTube.

4

4. Meth Math. Posiblemente se trata de la mención más controversial en este *top rank*. La banda es originaria de Hermosillo, Sonora. Los conocedores de la música urbana o reggaetón, posiblemente habrán oído hablar de un género llamado “neoperreo”, que es prácticamente reggaetón con sonidos cibernéticos. Desde su concepción misma, este subgénero implica una apuesta ambiciosa y muy arriesgada. Entre otros temas que merecen atención hay que destacar su filosofía, porque este estilo de música es una respuesta ante la comercialidad del reggaetón, y *Meth Math* lo hace de forma exquisita.

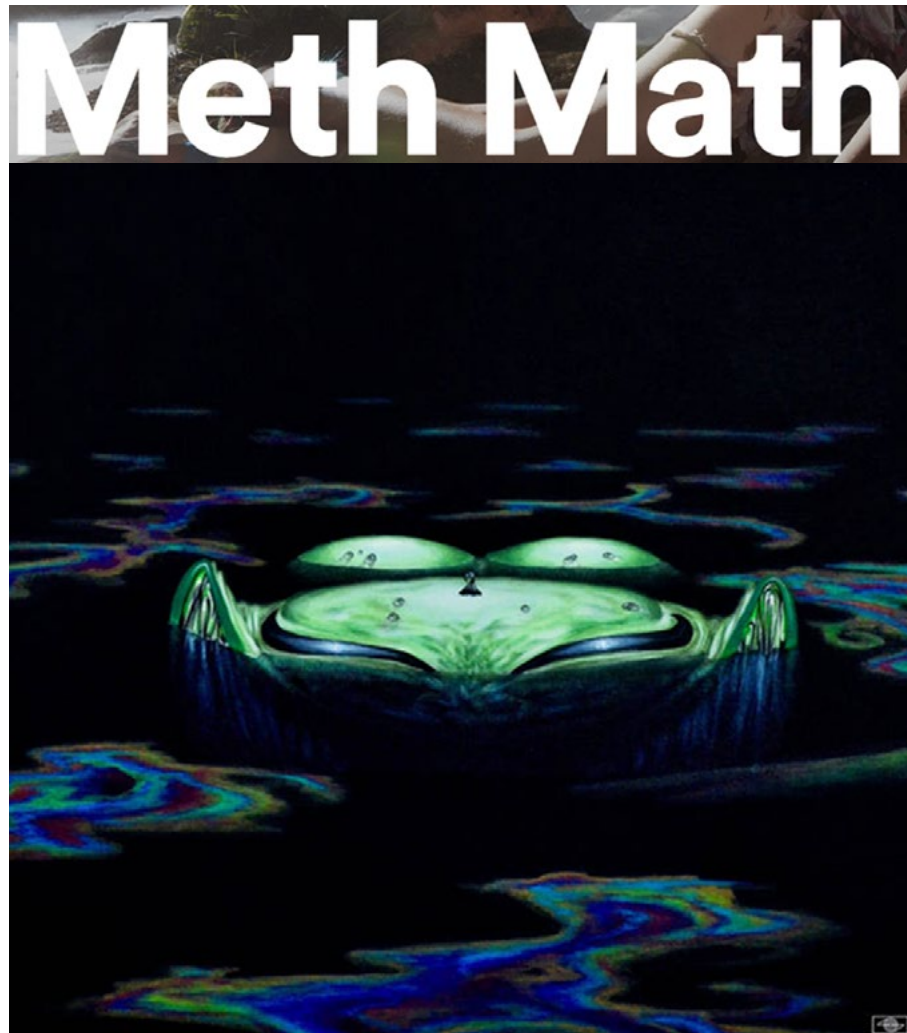
A diferencia de otros proyectos de reggaetón, que suelen ser solistas, *Meth Math* es una banda conformada por tres integrantes (Angie, Efrén Coronado y Bonsai Babies). Eso se traduce en una exploración más compleja y exhaustiva. El resultado no es el típico reggaetón que habla de sexo, fiesta y amor, sino una propuesta narrativa de ciencia ficción, con tintes filosóficos y metafóricos. Por ejemplo, en la canción “Perreando y llorando”, la mujer habla sobre cómo sufre al ver bailar con un androide a la persona que ama.

La música también va a ser algo nuevo: el típico ritmo de reggaetón muta hacia otras texturas que incorporan sonidos electrónicos y que introducen al escucha en una atmósfera propia de un mundo *cyberpunk*, donde se experimenta cierta calidez urbana y futurista.

Meth Math es la clara muestra de que hasta el reggaetón está enfrentando una metamorfosis para convertirse en un género más experimental y evolucionado.

Disco recomendado: Pompi

Plataformas: Spotify, Bandcamp, YouTube.



3

3. Acrania. Con ustedes... una banda que mezcla *death metal* con salsa, cumbia y otros ritmos tropicales. Originaria de la Ciudad de México, esta banda consiguió lo imposible: tomó un género (a veces) tan ortodoxo como la música metal y la mezcló con algo que no pensamos que fuera posible.

Tal vez sea la banda más vieja de este listado (se creó en 2005), por lo que ha tenido más tiempo para definir su propuesta. Desde el primer disco se nota la intención de imprimir una identidad latinoamericana al metal, incorporando,



tímidamente, ritmos de la cumbia y de la salsa. Con el tiempo lograron que el *death metal* pudiera convivir con esos ritmos tropicales, haciendo que sonara auténtico, sincero y sin forzar a los géneros.

El Metal se ha tropicalizado. La trompeta, el saxofón, las congas, los bongós y el güiro son parte del metal extremo; pero no sólo eso: también el jazz latino y los sonos se hacen presentes en la propuesta de esta banda, cuya música intrincada, progresiva y furiosa mantiene rasgos de mexicanidad.

Créanlo: aún no hemos oído todo, y esta propuesta sonora es de lo más perfecto que encontrarán en nuestro país.

Disco Recomendado: An Uncertain Collision.

Plataformas: Spotify, Bandcamp, YouTube.



2

2. Buena Tarde. Cuanto más vamos bajando, más exigentes para el oído se vuelven las propuestas. *Buena Tarde* es una banda de Guadalajara, Jalisco, que recorre la música experimental, ambiental, *techno* y *trip hop*. Toma los sonidos electrónicos para transportarnos a mundos únicos, naturales y artificiales al mismo tiempo.

Estás ante una anomalía acústica. Por momentos no entenderás qué sucede, pero la composición es tan solvente que te atraparás, porque tiene cierta esencia del *pop art*. Es como si alguien hubiera decidido meter a toda la curaduría del Corona Capital en un solo proyecto.

Escuchar esta propuesta entraña un verdadero reto. Traducir la experiencia auditiva a las palabras es complicado. Parece, como todo producto para la comunidad *híster*, que la música no va a ningún lado, pero cualquier escucha atento puede sentarse a escuchar *Buena Tarde*, sentir todos los ritmos ambientales, el juego de sonidos y experimentos y encontrarle algo de valor.

El *techno* hace que sea música más digerible, mientras que el *trip hop* crea esas transiciones frescas. Se trata de una propuesta única que busca llevar más allá la música, con sonidos y atmósferas que pocos géneros logran.

Disco Recomendado: (Experimento 1) Los Panchos.

Plataformas: Spotify, Bandcamp.



1

1. Detractor. Creado en 2012 en Celaya, Guanajuato, llega Detractor, una banda que explora los límites de la música. Sus dos primeros discos están marcados por el *hardcore punk* y discursos de protesta, feminismo, existencialismo y anti-neoliberalismo. Realmente nada nuevo dentro de la fórmula.



Disco Recomendado: El colibrí canta la muerte entre las flores.

Plataformas: Spotify, YouTube.

Su tercer disco, *Preludio al Canto del Colibrí*, llevó su música al *avant-garde*, experimental y *postrock*, los grandes titanes de la música compleja. En esta propuesta no hay voz: es el saxofón quien habla, mientras la guitarra y la batería proponen compases irregulares, un tempo fuera de sí. Es música ruidosa que podría aturdir, pero sin duda el Jazz se empieza a transformar en algo extremo.

En 2019 lanzan su disco más reciente, *El colibrí canta la muerte entre las flores*. Es una presentación más tranquila, más de la mano del *post-rock*, pero sigue sonando a música de vanguardia. Es probable que hayan conseguido pulir su propuesta, al punto de obtener la más decantada de sus producciones.

Detractor es el mejor ejemplo de que hay músicos expandiendo los límites de ese arte en busca de la perfección.

Primer Certamen de Relato Breve “Cuarta Vigilia”

Con el fin de fomentar la práctica de la narración en géneros breves entre su comunidad estudiantil, la **Universidad Rosario Castellanos**, a través de la Casa Editorial Rosario Castellanos, **convoca** a todos los estudiantes regulares que cursen actualmente una licenciatura o un posgrado en la URC a participar en el **Primer Certamen de Relato Breve “Cuarta Vigilia”** bajo las siguientes

BASES

1. Cada estudiante, con excepción de aquellos que laboren en la URC, podrá presentar un relato de tema libre con una extensión máxima de veinte mil (20,000) caracteres con espacios. No hay extensión mínima.
2. En los trabajos presentados no debe figurar el nombre de la persona autora.
3. Los trabajos deberán enviarse por correo electrónico a dignosyhumanos.colabora@rcastellanos.cdmx.gob.mx en un archivo adjunto nombrado con el título del relato, procesado en Word. En el asunto la persona remitente escribirá Certamen Cuarta Vigilia.
4. En el mismo envío las personas participantes adjuntarán un segundo archivo, también procesado en Word, titulado “Plica de identificación”. El archivo debe contener el título del relato, el nombre de la persona autora, el programa y la unidad académica en los que se encuentra inscrita, el número de matrícula y una breve semblanza personal de tres renglones.
5. El plazo de recepción de los trabajos queda abierto a partir de la fecha de publicación de la presente convocatoria y hasta las 11:59 horas del 15 de marzo de 2024.
6. Se reconocerá la calidad de tres trabajos con las siguientes distinciones:
 - » Primer lugar: Paquete de libros y dictamen favorable para la publicación del relato.
 - » Segundo lugar: Dictamen favorable para la publicación del relato.
 - » Tercer lugar: Dictamen favorable para la publicación del relato.
7. El Jurado estará conformado por personas relacionadas con el ambiente literario.
8. Los resultados del certamen se darán a conocer a más tardar el 12 de mayo de 2024 mediante comunicación personal por correo electrónico a las personas que resulten distinguidas, a través de las redes sociales institucionales y por cualquier otro medio que la URC considere oportuno.
9. El Jurado podrá declarar desierto el Certamen si los trabajos presentados no reunieran la calidad necesaria.
10. La participación en la presente convocatoria implica la aceptación de todos y cada uno de sus términos.
11. Cualquier situación no prevista en la presente convocatoria será oportunamente resuelta por los convocantes y, en su caso, por el Jurado.

Otro modo de ser humano y libre

Otro modo de ser

Ciudad de México, febrero 2024.



**LIBRE DE ACOSO
ESCOLAR**

**UNIDAD DE CULTURA
DE PAZ, IGUALDAD
Y EQUIDAD DE
GÉNERO**



URC
Otro modo de ser



No lo permitas ¡DENUNCIA!

- Violación.
- Besos, tocamientos o cualquier contacto físico sin consentimiento.
- Roces con los genitales.
- Mostrar genitales en espacios públicos.
- Vengarse por no obtener favores sexuales.
- Forzar para obtener favores sexuales.



¡CUIDADO! Puedes estar en peligro

- Grooming*: (acoso en línea a menores) contacto con menores de edad por parte de una persona adulta que se hace pasar por una persona menor para establecer una relación de control emocional y abuso sexual.
- Doxing*: publicación de información privada (datos personales, fotos o videos íntimos, rutinas, hobbies) sin consentimiento.
- Sexting*: tomar, enviar o compartir fotos o videos sin consentimiento.
- Stalkear*: espiar, seguir, acechar, acosar compulsivamente.
- Contactar sin consentimiento y con fines diferentes a los académicos o laborales.
- Realizar comentarios y señas de tipo sexual.



¡OJO! No es normal

- Presionar para mantener una relación sentimental.
- Citar fuera del espacio y horario escolar.
- Condicionar el uso de falda, vestido o ropa ajustada.
- Ridiculizar por orientación sexual, identidad o expresión de género.
- Bromas, rumores de carácter sexual y/o apariencia física.
- Poner o decir apodos hirientes.
- Comentarios ofensivos o piropos.
- Miradas morbosas, gestos indecentes.

Fuente: Instituto Politécnico Nacional



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO



UNIVERSIDAD
ROSARIO CASTELLANOS

CONVOCATORIA ABIERTA

PROGRAMAS DE POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD ROSARIO CASTELLANOS

MAESTRÍAS

- Cambio Climático y Biodiversidad
- Ambientes, Sistemas y Gestión en Educación Multimodal
- Seguridad y Soberanía Alimentarias
- Derecho indígena
- Intervención Docente Innovadora en Enseñanza Media Superior
- Territorio y Memoria Histórica
- Políticas Públicas e Interculturalidad

DOCTORADOS

- Ambientes y Sistemas Educativos Multimodales
- Doctorado en Ciencias de la Sustentabilidad



**¡Revisa pronto
la convocatoria!**



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO



UNIVERSIDAD
ROSARIO CASTELLANOS

OTRO MODO DE SER HUMANO
Y LIBRE. OTRO MODO DE SER.