



HUELLA DE LA PALABRA

17

REVISTA DE INVESTIGACIÓN



Universidad
La Salle
Pachuca



Universidad La Salle Pachuca

No. 17 diciembre 2023

p-ISSN: 2448-881X

e-ISSN: 2954-3975

Presidente Consejo de Gobierno

Dr. José Antonio Vargas Aguilar, fsc.

Rectora

Dra. Lourdes Lavaniegos González

Vicerrector

Lic. Juan Carlos Gómez Ríos

Directora Revista

Mtra. Jessica N. Enciso Arredondo

Consejo Editorial Interno

Lic. Juan Carlos Gómez Ríos

Lic. Diego José Martínez Gayón

Dra. Edith Lima Baez

Dr. Jesús Ignacio Panedas Galindo

Diseño Editorial

Mtro. Marco Antonio Patiño Morell

Colaboraciones

lahuelladelapalabra@lasallep.edu.mx

La Huella de la Palabra refiere a un ordenamiento de ideas y argumentos refrendados en la investigación, que permite, como instrumento de lectura y comunicación, ser digerido y evocado por el lector; la evolución que hay en la palabra desde que es herramienta del pensamiento e investigación hasta ser instrumento de difusión y trascendencia; esta crece, muta, vuelve a ser herramienta del pensamiento dejando huellas durante su perfeccionamiento que pretenden ser perdurables

UNIVERSIDAD LA SALLE DE PACHUCA, A.C., año 16, No. 16, diciembre 2023, HUELLA DE LA PALABRA es una publicación anual editada por la Universidad La Salle Pachuca A.C. Av. San Juan Bautista de La Salle No. 1, San Juan Tilcuautla, San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo, C.P. 42160, Tel. (771) 7170213 ext. 1415. Correo electrónico: lahuelladelapalabra@lasallep.edu.mx Página web: <https://revistas.lasallep.edu.mx/index.php/huella> Editora responsable: Jessica N. Enciso Arredondo. Correo electrónico: jnenciso@lasallep.edu.mx Reservas de derechos al Uso Exclusivo No. 04-2022-061617335400-102, otorgada por el Instituto Nacional de Derechos de Autor. Las opiniones expresadas por los autores de los trabajos publicados no reflejan necesariamente la postura de la editora ni de la institución.

El contenido de esta revista esta bajo la licencia Creative Commons Attribution 4.0 International License.

CONTENIDO

	Editorial	4
Mariana César García	<i>El maíz transgénico como solución a la desnutrición infantil del Estado de Hidalgo</i>	8
Valentina Gómez Gavia	<i>Vapeo en jóvenes de Pachuca, Hidalgo, México</i>	20
Margarita Saraí Miguel Bárcenas	<i>En Pachuca estábamos aislados, pero ¿qué pasó con los negocios durante la pandemia?</i>	34
Fabián Baruch Gómez Maldonado	<i>Carros eléctricos: su recibimiento e imagen en el mercado mexicano. ¿Son una verdadera solución?</i>	48
	Ensayos de filosofía	63
Andrea Saine Espejel Camargo	<i>Las dimensiones filosóficas de las obras autobiográficas para comprender las realidades y perspectivas de la vida humana</i>	64
María José Zamudio Pineda	<i>La búsqueda de sentido en un mundo sin certezas</i>	72
Marijose Carbajal Márquez	<i>Latinoamérica y el rock como símbolo de resistencia</i>	80
Héctor Alonso Gaytán Padilla	<i>“Blade Runner”: La humanidad y la máquina bajo la lluvia</i>	88
Paulina Meneses Espinosa	<i>El sigiloso poder de los medios</i>	106
Enya Arvanitakis Suárez	<i>Literatura ¿basura?</i>	118
	Normas de publicación	130
	Publication Rules	143



Editorial

Podría hablar de todo lo orgullosa que estoy de este grupo de profesionales en proceso al haber trabajado con mucha disposición de seguir aprendiendo y con el entusiasmo de ver publicados sus proyectos, pero justamente, la edición no trata de mí, sino de ellas y ellos, estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de nuestra universidad que, como primer acercamiento a la investigación social, nos regalan siete textos tan diversos como sus propias personalidades y como la carrera misma.

Mariana César García se acerca a las ciencias químicas y biológicas para intentar dar respuesta a una importante cuestión: ¿Podría el maíz transgénico ser la solución al problema de desnutrición en nuestro estado (Hidalgo)? Para la lo cual, tras una exhaustiva investigación documental, se da a la tarea de entrevistar expertos en el área y con ello llegar a la conclusión de que su hipótesis es una posibilidad tangible, además de, como buena comunicóloga, nos ayuda a desmentir algunos mitos en torno al maíz transgénico y nos invita a seguir progresando en su estudio y comprensión.

Por otra parte, tenemos a Valentina Gómez Gaviria con una importante investigación sobre el uso y consumo de cigarrillos electrónicos en Hidalgo, específicamente, en estudiantes de primer semestre de las diferentes licenciaturas en nuestra universidad. Los resultados son alarmantes, pero esto nos da un panorama certero para poder tomar acción desde la prevención y poder poner un alto a este tipo de adicciones.

En otra área de las Ciencias de la Comunicación que es el Marketing, Margarita Saraí Miguel Bárcenas se adentra en la búsqueda de información y experiencias con tres mujeres pachuqueñas y emprendedoras a quienes las redes sociales les ayudaron a mantener o a prosperar sus empresas durante y después de la pandemia, ello con el fin de conocer las estrategias más eficaces y brindar opciones a las personas que todavía están temerosas de comenzar algún emprendimiento por estos medios.

En la misma línea del Marketing y la Publicidad, Fabián Baruch Gómez Maldonado investiga el tan polémico y en tendencia tema de los autos eléctricos, y se plantea la incógnita de si son una solución a la contaminación y los problemas ambientales, esto indagando que tan veraz es la publicidad que manejan las marcas que producen estos vehículos y, haciendo uso de la entrevista cualitativa con dos usuarios de estos productos y un ingeniero automotriz, quienes nos amplían el panorama a partir de sus experiencias.

Nos trasladamos ahora al mundo audiovisual con el análisis cinematográfico que nos regala Hector Alonso Gaytán Padilla de la película Blade Runner (1983), en sus palabras, “el máximo exponente del ciberpunk”, pero esta conclusión solo fue posible tras un exhaustivo análisis de todos los elementos que conforman esta magna obra y la trascendencia que ha tenido a lo largo del tiempo hasta nuestros días.

Haciéndose de otro audiovisual, Paulina Meneses Espinosa nos abre a la posibilidad de utilizar la exposición mediática y el ocio para introducir elementos académicos, es decir, motivar o despertar la curiosidad de los espectadores sobre temas de las ciencias que tratan programas y series populares como Stranger Things (2016) y los neutrinos conformando el Upside Down, de esta manera tan cotidiana, los jóvenes, sobre todo, se acercan a temáticas que, en el aula, les son pesadas y complejas.

Ahora, es Enya Arvanitakis Suárez quien se aventura en la polémica tarea de indagar a cerca de si existe la llamada “Literatura Basura”. Para ello, además de una revisión histórica y documental, se basa en el análisis de cinco emblemáticas obras de las diferentes épocas literarias y, con la ayuda de una experta literata, ganadora del Premio Estatal de Poesía “Efrén Rebolledo” (2022) concluyen que, no hay tal categoría dentro de la Literatura solo textos “bien” o “mal” escritos de acuerdo a las convenciones sociales en este arte.

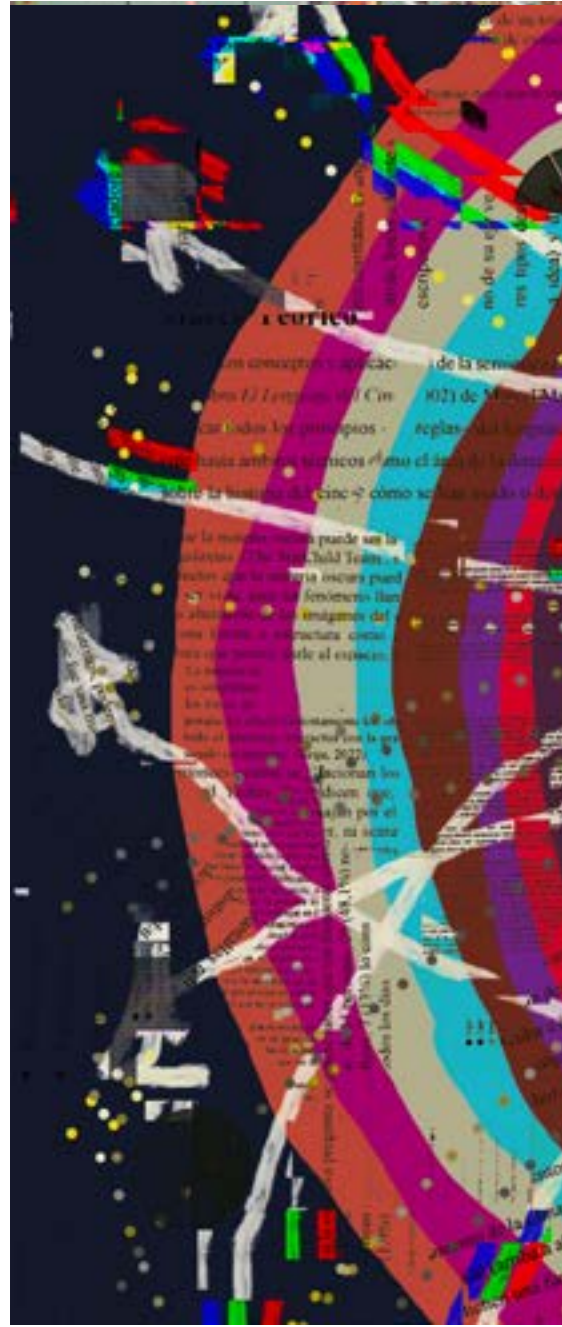
Finalmente, como se podrá observar, y como ya nos va siendo una costumbre, se presentan los tres ensayos ganadores del Concurso de Ensayo Filosófico ULSAP (2023) que en esta segunda edición fue interinstitucional. Este concurso tiene como propósito acercar a los estudiantes de bachillerato de nuestro estado a la práctica y ejecución del ensayo filosófico como forma de expresión y reflexión de los temas que como –humanidad– nos atañen.

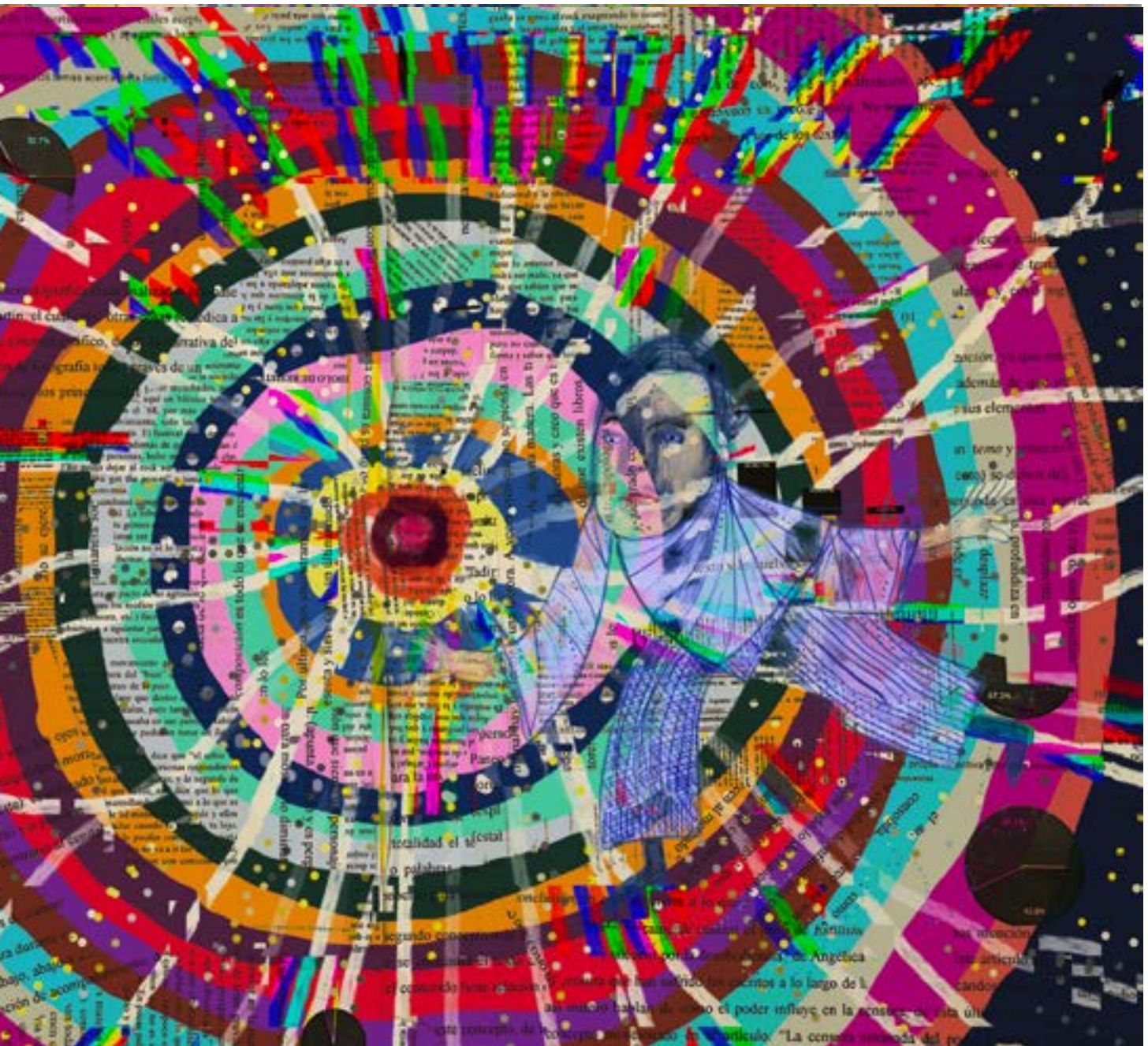
No me queda más que esperar, que esta edición sea tan grata para el lector como lo ha sido para mí tras bambalinas. Y que, para las y los jóvenes que hoy dan este primer paso, sea el gran impulso para el exitoso camino que les espera.

M.S Jessica Enciso

Directora Editorial



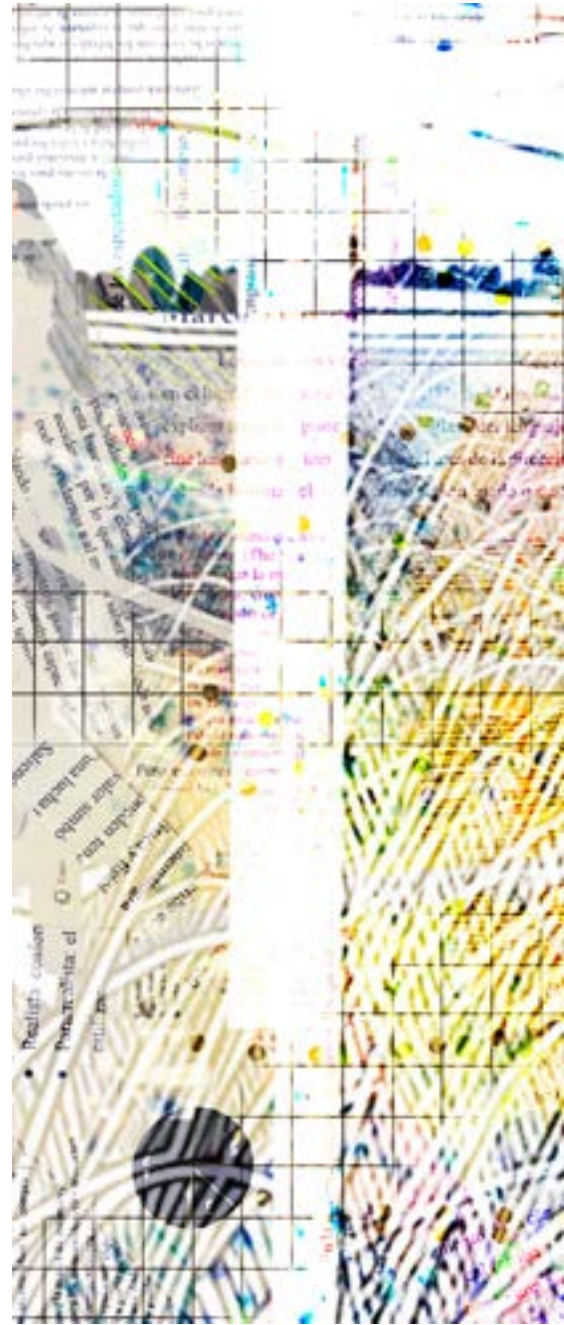




17



**HUELLA
DE LA PALABRA**



HUELLA DE LA PALABRA



EL MAÍZ TRANSGÉNICO COMO SOLUCIÓN A LA DESNUTRICIÓN INFANTIL DEL ESTADO DE HIDALGO

TRANSGENIC CORN AS A SOLUTION TO CHILD MALNUTRITION IN THE STATE OF HIDALGO

EL MAÍZ TRANSGÉNICO COMO SOLUCIÓN A LA DESNUTRICIÓN INFANTIL DEL ESTADO DE HIDALGO

TRANSGENIC CORN AS A SOLUTION TO CHILD MALNUTRITION IN THE STATE OF HIDALGO

Mariana César García

Nota sobre el autora:

Estudiante de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad La Salle Pachuca, generación 2021-2025.

Esta investigación fue financiada con recursos de la autora. La autora no tiene ningún conflicto de interés al haber hecho esta investigación..

Remita cualquier duda sobre este artículo al siguiente correo electrónico: marianacesar9@gmail.com

Recibido: 07/06/2023 Corregido: 28/09/2023 Aceptado:01/10/2023



Resumen

La presente investigación parte del cuestionamiento “¿puede el maíz genéticamente modificado disminuir el porcentaje de desnutrición infantil en el estado de Hidalgo?” a sabiendas de los beneficios que tiene este tipo de maíz, para dar respuesta a la misma, se hace una revisión histórico-científica sobre el maíz, la biotecnología y los avances de la ciencia en materia de transgenética para alimentos. Además, se entrevista a cuatro profesionales en el área que ayudan a la comprensión del tema y a validar la hipótesis planteada, para finalmente, ofrecer vías de estudio para esta importante temática..

Palabras clave: *Maíz transgénico, beneficios, alimentación, atención a la desnutrición, México*

Abstract

This research is based on the question “can genetically modified corn reduce the percentage of child malnutrition in the state of Hidalgo?” Knowing the benefits that this type of corn has, to respond to it, a historical-scientific review is made about corn, biotechnology and the advances of science in the field of transgenetics for foods. In addition, four professionals in the area are interviewed to help understand the topic and validate the proposed hypothesis, to finally offer avenues of study for this important topic.

Keywords: *Transgenic corn, benefits, food, attention to malnutrition, Mexico.*

Introducción

En los últimos años, la desnutrición infantil ha sido un tema de suma relevancia en nuestro país, representando así, una de las principales causas de mortalidad en menores de edad. Actualmente, no se ha obtenido una solución concreta para contrarrestar dicho problema, ya que, entre los principales factores que ocasionan la desnutrición en menores de edad, se encuentra la poca accesibilidad que tienen las familias mexicanas a alimentos de calidad y de suficiente valor nutricional, todo esto derivado de la terrible situación económica por la que atraviesa México.

Por años, la sociedad contemporánea ha satanizado la introducción de los alimentos transgénicos al mercado debido a la mala reputación que a estos se les ha otorgado. Lamentablemente, los medios de comunicación y las falsas noticias han desatado la gran controversia que existe con respecto a su consumo. Es por ello que, con la presente investigación, se busca analizar y verificar los beneficios de la manipulación genética en el maíz transgénico como una posible solución a los problemas de desnutrición en los infantes del estado de Hidalgo.

Marco Teórico-Conceptual

Desde su invención, el maíz transgénico ha sido objeto de oposición y controversia, lleno de prejuicios e interrogantes donde se ha cuestionado el efecto que provoca su consumo en la salud del ser humano y el impacto ambiental que representa. Ha sido catalogado como un “desastre” dispuesto a exterminar la agricultura como se conoce hoy en día, pero definitivamente se debe reconocer que es un tema que no ha terminado de ser estudiado por completo.

a) Historia de la Biotecnología

La biotecnología ha sido utilizada en la industria alimenticia para producir nuevos ingredientes alimenticios y aditivos tradicionales y no tradicionales. Se define como un “conjunto de técnicas aplicadas a los organismos vivos, o a parte de ellos, destinados a la producción alimentaria.” (Chamas, 2000). Y sus bases se sientan a mediados del siglo XIX, con los trabajos de Louis Pasteur, quien dedicó su carrera a estudiar los mecanismos controladores de fenómenos biológicos, y de Gregor Mendel, mejor conocido como el padre de la genética.

Sin embargo, no fue hasta el siglo pasado que las investigaciones sobre la biología molecular cobraron mayor relevancia gracias al descubrimiento de la codificación de información contenida en el ADN.

Actualmente, la humanidad trabaja alrededor de la biotecnología moderna, la cual ha abierto un completo y nuevo rango de posibilidades en el desarrollo de alimentos. Este tipo de biotecnología incluye la participación de la ingeniería genética y de la tecnología transgénica.

b) La ingeniería genética y la tecnología transgénica

En los tradicionales programas de reproducción, solo las especies directamente relacionadas podían cruzarse, pero las técnicas transgénicas modernas han logrado transferir material genético de otros organismos completamente distintos entre sí.

La más reciente aplicación de la biotecnología en alimentos es la modificación genética (GM), también conocida como ingeniería genética o tecnología recombinante de

ADN. Esta ingeniería es una nueva ciencia que hace posible la transferencia de información genética (ADN) de un organismo a otro. Cabe recalcar que, se le conoce como transgénico al organismo portador de material genético perteneciente a una especie diferente que le fue transferido por medio de ingeniería genética.

Las últimas investigaciones respecto a esta ciencia se han dirigido a conocer aspectos básicos que permitan utilizar la manipulación genética a favor de la eficiencia alimentaria, resistencia a enfermedades, adaptación a las condiciones climáticas y crecimiento. Sin embargo, esta ingeniería es, todavía, inmadura, ya que el proceso para diseñar y comercializar los productos que se obtienen (transgénicos) es sumamente caro, los riesgos potenciales para el entorno no son del todo controlables, el marco legal de dichos productos es limitado y, lamentablemente, no han sido del todo aceptados por el público consumidor.

c) Los alimentos transgénicos

Los Alimentos Manipulados Genéticamente (AMG), también conocidos como alimentos transgénicos, son productos existentes a los que se les ha alterado su información genética original mediante métodos biotecnológicos, con la finalidad de hacerlos más fuertes, duraderos, nutritivos y resistentes a plagas. (Lacadena, 2001)

En el artículo “Transgénicos, mitos y beneficios” (2019), la nutricionista Andrea Calderón brinda sus conocimientos y opiniones sobre los alimentos modificados desde el punto de vista de las ciencias de la nutrición: “El alimento transgénico es aquel que se ha producido mediante ingeniería genética, es decir, mediante la modificación de su genética.” Esto significa que los alimentos transgénicos son aquellos que provienen de un organismo vivo al que se le ha modificado su información genética mediante la recombinación o inclusión de nuevos genes.

A modo de resumen, podemos decir que se le considera alimento transgénico a:

- Organismos que son utilizados como alimentos y que previamente fueron manipulados genéticamente.
- Alimentos que se han elaborado mediante la utilización de un producto auxiliar para el procesamiento creado por medio de la ingeniería genética.
- Alimentos que contienen un ingrediente o aditivo derivado de un organismo sometido a ingeniería genética (UNAM Global, 2019).

Se dice que los orígenes de la transgenética se encuentran estrechamente relacionados con las diversas investigaciones que realizaron hibridistas experimentales en plantas en décadas pasadas, y que, con el descubrimiento de las Leyes de Mendel, impulsaron el desarrollo de la mejora genética.

Dicha mejora, tiene como principal objetivo la obtención de genotipos (constitución genética) que produzcan fenotipos (manifestación externa de caracteres) que mejor se adapten a las necesidades del hombre en determinadas circunstancias.

El propósito de la ejecución de este procedimiento es, en pocas palabras, obtener nuevos alimentos con alguna característica diferente al alimento convencional o natural, buscando siempre adquirir ventajas, beneficios o apariencias mejoradas.

Actualmente, el maíz *Bacillus Thuringiensis* (Bt), es considerado como uno de los cultivos transgénicos más populares y extendidos en el mundo.

d) Maíz transgénico

Según los mitos prehispánicos, los dioses mesoamericanos les regalaron a los indígenas mexicanos las primeras semillas de maíz. Razón por la cual, dicha planta se convirtió en un elemento vital para los cultivos de América Latina.

Biológicamente, el maíz es una planta huérfana y tiene solamente un pariente, el teocintle (*zea perennis*). Morfológicamente, estas dos especies son similares, pero cambian en la inflorescencia pistilada, es decir, en la disposición de las plantas sobre las ramas o extremidades del tallo, en este caso, de lo que se convertirá en mazorca. (Ortega, 2002)

Mientras que la mazorca del maíz es sólida, la del teocintle es frágil y se separa cuando madura. La importancia de esto repercute en que las semillas viables solo pueden ser liberadas por medios mecánicos, ya que el maíz es incapaz de dispersarse por sí mismo, trayendo como consecuencia que no exista como especie libre en la naturaleza.

Gracias a su papel en el área de la agronomía y nutrición, el maíz es considerado como una de las plantas cultivables con mayor diversidad de usos, aplicaciones, formas y condiciones de producción, convirtiéndose así en un ingrediente fundamental en la obtención de aceites comestibles, almidones y jarabes.

En la actualidad, una de las tecnologías más utilizadas para el control de plagas en cultivos, especialmente en el maíz, es el uso de las variedades transgénicas que desprenden las endotoxinas provenientes de la bacteria llamada *Bacillus Thuringiensis* (Bt). Se ha trabajado con dicha tecnología por más de 60 años para la formulación de insecticidas microbiológicos capaces de controlar y contrarrestar las plagas de lepidópteros, coleópteros y dípteros. Debido a sus aportaciones, es considerado como uno de los insecticidas más funcionales.

Desde 1996, se comercializó el maíz transgénico Bt, una variedad genéticamente modificada capaz de resistir ataques de plagas de insectos. Esta variedad, además de contrarrestar la manifestación de insectos peligrosos, resulta ser una eficaz medida para salvaguardar la salud pública, ya que tiene la habilidad de reducir la contaminación por micotoxinas cancerígenas que contaminan los campos de maíz, especialmente en países en vías de desarrollo. (ChileBIO, 2017)

La principal diferencia entre el maíz convencional y el maíz transgénico radica en su forma de obtención. Mientras que, el maíz convencional se produce al cruzar dos razas o variedades progenitoras para procurar la homogeneidad, el maíz genéticamente modificado es manipulado científicamente mediante el uso de tecnología de genes o ADN recombinante.

Las variedades “híbridas” se comportan mejor que los maíces autóctonos, debido a que en las primeras variedades se presenta el fenómeno llamado “heterosis”, mejor conocido como vigor híbrido, el cual sucede cuando los pares de genes son sumamente diferentes entre sí, logrando que el producto resultante sea más resistente y productivo.

Además, el maíz transgénico brinda efectividad en la protección del cultivo contra las plagas, permitiendo así, la preservación de los agentes de control natural y biológico de plagas del cultivo y la reducción del uso de pesticidas evitando la exposición de los trabajadores del sembradío y la contaminación medioambiental. Beneficios que los cultivos de maíz convencional no sostienen.

Cabe destacar que, la creación de maíz transgénico reduce los niveles de micotoxinas y fumonisinas en los granos de maíz, un problema que ha resultado difícil combatir con el cultivo del maíz tradicional.

Lamentablemente, este tipo de cultivo también se enfrenta a la oposición política de diversos países. Un claro ejemplo es México, quien aún no aprueba el uso comercial del maíz Bt.

Además de ser la cuna del maíz, la nación mexicana presenta una alta presencia del hongo fusarium y fumonisinas en el maíz tradicional, por lo tanto, no es de sorprenderse que presente una de las tasas más altas de defectos del tubo neuronal en el mundo, superando así los 115 casos de enfermedades como la anencefalia (el feto nace sin partes del encéfalo y cerebro), espina bífida (afección en la columna vertebral) y encefalocele (bulto en forma de saco ocasionado por la salida del encéfalo) por cada 10,000 nacimientos, en comparación con el promedio mundial de alrededor de 15 casos por cada 10,000 nacimientos. (ChileBIO, 2017)

e) Beneficios del maíz transgénico

Sin duda, hay bastantes beneficios en la producción, uso y consumo del maíz transgénico, sin embargo, algunos de los más destacables son:

1. Se han triplicado las cosechas de maíz, lo que ha ayudado en gran medida a combatir el hambre en poblaciones africanas en constante crecimiento, pero con problemas de escasez y sequía.
2. Se ha logrado disminuir considerablemente el uso de pesticidas químicos, evitando así, la toxicidad de alimentos.
3. Los transgénicos se cosechan con vitaminas y minerales integrados.
4. La aplicación de dicha tecnología permite prácticas agrícolas sustentables y la producción de materiales con recursos renovables.
5. Permite la aplicación rápida de programas de conservación de suelo.
6. Mejora la calidad de vida de los productores y la obtención de productos útiles y benéficos para la salud humana.
7. Incrementa la viabilidad económica en la producción y reduce la pérdida financiera durante su distribución y venta, logrando ampliar la vida postcosecha del maíz.

Aunque, como se mencionó anteriormente, la producción es más costosa que la del maíz natural, el costo-beneficio, es sin duda equiparable.

f) Desnutrición

En la actualidad, la mayoría de la población mundial tiene mayor acceso a una gran variedad de alimentos a bajos costos, esto derivado del desarrollo de la ciencia y tecnología agraria (Conko, 2004). Los países que adoptaron estos tipos de avances les han brindado prosperidad a sus pobladores, haciéndolos gozar de abundantes alimentos a precios razonables y limitando la destrucción de ecosistemas naturales. Además, el aumento de productividad de las variedades obtenidas por la mejora genética y por el uso de fertilizantes sintéticos, han permitido la producción del doble de alimentos que se daban hace cincuenta años.

Muchas naciones menos desarrolladas de Latinoamérica y Asia se han beneficiado de esta llamada Revolución Verde, sin embargo, debido a una serie de razones humanas y naturales, este tipo de tecnologías no fueron adoptadas en todo el mundo. El continente africano, por ejemplo, sigue sufriendo de gran pobreza debido a la baja productividad de su agricultura. Alrededor de 740 millones de personas se duermen sin probar bocado en el día y casi, 40,000 personas, la mitad de ellas niños, mueren a diario por desnutrición. (Conko, 2004)

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, por sus siglas en inglés FAO, calcula que la población mundial superará los 8,000 billones de habitantes para el año 2030, razón por la cual, la producción de alimentos necesita aumentar en un 60% para atender las necesidades alimenticias de dicha cantidad de personas. Por ello, resulta de vital importancia la implementación de nuevas herramientas como la biotecnología en el sector alimenticio.

Metodología

Con la finalidad de recopilar datos informativos relevantes, fidedignos y valiosos, se recurrirá al método de la entrevista cualitativa para darle seguimiento al desarrollo de la investigación.

La entrevista a realizar tendrá como principal objetivo entablar conversaciones con cuatro profesionales en el área de la biotecnología, nutrición y agricultura en México, para así, conocer las diferentes perspectivas de los especialistas.

A continuación, se presenta la estructura del cuestionario que se le aplicará a los profesionales.

1. Presentación del experto
 - 1.1. Nombre, sexo, edad, lugar de residencia y grado de estudios.
 - 1.2. Breve descripción de su carrera laboral.
2. ¿Qué lo llevó a adentrarse al mundo de la biotecnología / nutrición?
3. En sus palabras, ¿Qué son los alimentos transgénicos?
4. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de dichos alimentos?
5. ¿Por qué razón los alimentos transgénicos son tan controversiales?
6. ¿Cuáles son las diferencias entre el maíz convencional y el maíz transgénico?
7. ¿Qué propiedades se pueden alterar en el ADN del maíz transgénico?
8. ¿Qué opina sobre la introducción del maíz genéticamente modificado en el mercado alimenticio mexicano?
9. ¿Considera que el maíz genéticamente modificado podría disminuir el índice de desnutrición infantil al ser introducido en la dieta cotidiana de los niños hidalguense?

Análisis de datos

Las entrevistas se dirigieron a cuatro especialistas en la temática:

- a Abril Daniela Hernández, 24 años. Licenciatura en Química de Alimentos.
- b Miguel Ángel Camargo, 25 años. Licenciatura en Química de Alimentos.
- c Mitzy Anayeli Naranjo Ocampo, 27 años. Licenciada en Química, bacteriología y parasitología.
- d Emmanuel Trejo Castillo, 35 años. Agricultor (siembra y cosecha de maíz y avena forrajera).

Los cuatro profesionales brindaron, en esencia, una idea similar sobre el concepto de los transgénicos. Abril Daniela comenta que, los alimentos transgénicos son aquellos alimentos a los que se les ha manipulado su estructura de ADN para obtener ventajas de producción o ecológicas. Y siguiendo la misma línea, Emmanuel comenta que son semillas que provienen de plantas que han sido mejoradas y procesadas en laboratorios científicos de manera sintética.

Así mismo, el agricultor Emmanuel Trejo afirma que existen tres tipos de plantas, estas son:

- i. Nativas: Semillas puras de una región en específico.
- ii. Híbridas: Cruzas de semillas nativas, con resultados esperados.
- iii. Transgénico: Material desarrollado en un laboratorio.

De igual forma, en la pregunta cuatro: “¿Cuáles son las ventajas y desventajas de dichos alimentos?”, los expertos coinciden en las siguientes respuestas:

Ventajas de alimentos transgénicos	Desventajas de alimentos transgénicos
Tienen características deseadas.	Alertas sobre reacciones alérgicas.
Alimentos con mayor aporte nutricional.	Cambios genéticos perjudiciales.
Producción sencilla en masa.	Enfermedades crónicas (cáncer).

Por ende, podemos destacar en ventajas, la obtención de características deseadas como lo son el atractivo visual, la resistencia a temperaturas/condiciones extremas, la producción en masa, el valioso aporte nutritivo y el control de plagas.

En lo que se refiere a la pregunta cinco, “¿Por qué razón los alimentos transgénicos son tan controversiales?”, se obtuvieron dos respuestas bien planteadas. Por un lado, Miguel Ángel aborda el tema de la desinformación y del poder de los medios de comunicación, los cuales, han brindado mala fama a los alimentos transgénicos a lo largo de los años. Y, por el otro, Emmanuel Trejo y Mitzy Naranjo nos comentan que la razón de su controversia se debe a que son productos creados y no naturales, lo que causa temor en la sociedad, dando origen al pánico sobre enfermedades como el cáncer.

En la pregunta seis: ¿Cuáles son las diferencias entre el maíz convencional y el maíz transgénico?”, los expertos opinan y concluyen que:

Maíz convencional	Maíz transgénico
Tamaño estándar.	Alta ventaja ante plagas.
Poca resistencia.	Mayor resistencia y tamaño.
Proviene naturalmente.	Cosecha durante todo el año.

Respecto de la pregunta siete, “¿Qué propiedades se pueden alterar en el ADN del maíz transgénico?”. Los expertos coinciden en que las principales características que se pueden alterar en el ADN del maíz transgénico son el tamaño, color, sabor y resistencia a microorganismos (plagas) y condiciones climatológicas.

En la pregunta número ocho, “¿Qué opina sobre la introducción del maíz genéticamente modifi-

cado en el mercado alimenticio mexicano?”. Miguel comenta que de alguna u otra manera es necesaria su introducción debido a la alta demanda de alimentos que hay en México y en el resto del mundo.

Por otro lado, Daniela afirma que la introducción de dichos alimentos al mercado beneficia a todo el ciclo de producción, desde los agricultores, productores y empresas hasta los consumidores, esto debido a que actualmente el país está sufriendo de un incremento poblacional, que necesita combatir la demanda de alimentos.

Para la pregunta nueve, “¿Considera que el maíz genéticamente modificado podría disminuir el índice de desnutrición infantil al ser introducido en la dieta cotidiana de los niños hidalguense?”, el panel de expertos confirma que el maíz genéticamente modificado es una gran opción para contrarrestar la desnutrición infantil del estado de Hidalgo, ya que este alimento puede presentar un perfil nutricional mucho más alto capaz de ayudar a la nutrición de infantes con un requerimiento mayor de vitaminas y minerales.

En palabras de Miguel Ángel: “Si, definitivamente pudiera ser un factor importante para afrontar la desnutrición, sin embargo, considero que se requieren más programas de salud que garanticen la buena alimentación de la población”. Sus palabras llevan a la conclusión de que, además de recurrir al uso de maíz modificado, gran parte del trabajo para disminuir esta problemática repercute en el apoyo del gobierno, en los planes de salud y en las propuestas médicas.

Sin embargo, Emmanuel Trejo comenta que el peligro de adquirir enfermedades como el cáncer, seguiría siendo uno de los mayores riesgos de introducir el maíz genéticamente modificado en la dieta de los mexicanos.

Conclusiones

Con los resultados de la presente investigación, se puede confirmar la hipótesis que fue desarrollada al comienzo de esta investigación: “El consumo de maíz genéticamente modificado puede ayudar a disminuir el porcentaje de desnutrición infantil en el estado de Hidalgo”.

Con la ayuda de los expertos Abril Daniela Hernández, Miguel Ángel Camargo, Mitzy Anayeli Naranjo Ocampo y Emmanuel Trejo Castillo, podemos concluir que, en definitiva, los alimentos transgénicos podrían solucionar el problema de desnutrición infantil en el estado de Hidalgo, pero que, al final, existe el riesgo de que los infantes puedan desarrollar enfermedades crónicas como el cáncer, que no se han determinado por completo.

Como bien comentó Daniela Hernández, los alimentos transgénicos siguen sin ser un tema totalmente estudiado, es decir, aún quedan muchas incógnitas sobre estos organismos genéticamente modificados.

Con el presente trabajo se identificó que no hay evidencia suficiente de que el maíz genéticamente modificado tenga impactos negativos en la salud de los seres humanos y que, los OGM (Organismos Genéticamente Modificados) han sido diseñados para resistir plagas y mejorar su rendimiento, sin embargo, el estudio de su impacto nutricional debe basarse en estudios científicos. Además, se encontraron diversas ventajas del maíz transgénico, tales como su gran capacidad de cultivo y su adaptabilidad al entorno.

Asimismo, se identificó que la escasez de información y la falta de aceptación sobre la seguridad del maíz transgénico puede limitar su aceptación, ya que parte de la población siente preocupación por los efectos que este pueda llegar a ocasionar en su salud. Aunado a ello, existe una creciente inquietud ética con respecto a los efectos que los OGM provocan en el medio ambiente.

Aunque esta investigación puede servir como punto de partida para fomentar el estudio respecto a los AGM, se recomienda seguir indagando en el tema para llegar a conocer a fondo las enfermedades que se podrían llegar a presentar con el consumo excesivo de maíz transgénico.

Referencias

- Conko, G. (1º de marzo de 2004). Una tecnología que salvará a miles de millones del hambre. [Página web] *AgBioWorld*. <http://www.agbioworld.org/biotech-info/articles/spanish/tecnologia.html>
- Chamas, A. (2000). Alimentos transgénicos. *Invenio*, 3(4-5), 149-159.
- ChileBio. (10 de febrero de 2017). El maíz transgénico Bt y su efectividad para reducir el nivel de micotoxinas cancerígenas en comparación al maíz convencional. [Página web] *ChileBio*. <https://www.chilebio.cl/2017/02/10/el-maiz-transgenico-bt-y-su-habilidad-para-reducir-el-nivel-de-micotoxinas-cancerigenas/>
- Lacadena, J. R. (2001). Plantas y alimentos transgénicos. En Gafo, J. (coord.) *Aspectos científicos, jurídicos y éticos de los transgénicos*, pp. 15-47. Universidad Pontificia Comillas.
- UNAM Global. (18 de octubre de 2019). Transgénicos, mitos y beneficios. [Página Web] *UNAM Global*. <https://unamglobal.unam.mx/transgenicos-mitos-y-beneficios/>

Copyright (c) 2023 Mariana César García



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Usted es libre de:

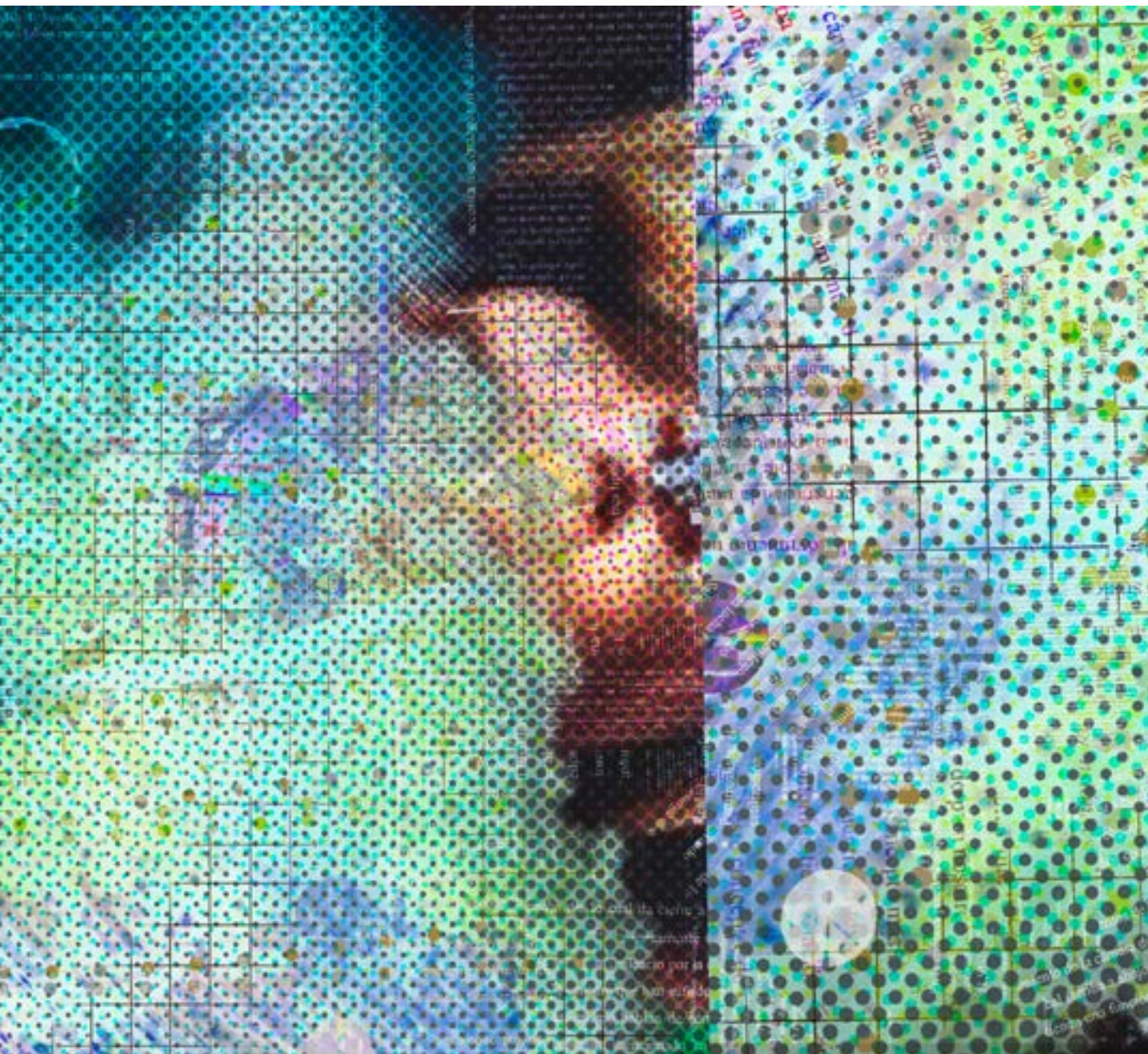
1) Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. 2) Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de: Atribución — Usted debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.

[ResumenDeLicencia](#)

[TextoCompletoDeLicencia](#)



HUELLA 
DE LA PALABRA



VAPEO EN JÓVENES DE PACHUCA, HIDALGO, MÉXICO

VAPING IN YOUNG PEOPLE IN PACHUCA, HIDALGO, MEXICO

VAPEO EN JÓVENES DE PACHUCA, HIDALGO, MÉXICO

VAPEING IN YOUNG PEOPLE IN PACHUCA, HIDALGO, MEXICO

Valentina Gómez Gaviria

Notas sobre la autora:

Estudiante de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad La Salle Pachuca, generación 2021-2025.

Esta investigación fue financiada con recursos de la autora. La autora no tiene ningún conflicto de interés al haber hecho esta investigación.

Remita cualquier duda sobre este artículo al siguiente correo electrónico:

valengomezg.uni@gmail.com

Recibido: 16/06/2023 Corregido: 08/09/2023 Aceptado: 01/10/2023



Copyright (c) 2023 Valentina Gómez Gaviria
Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Resumen

La presente investigación se desarrolla en la Universidad La Salle en Pachuca, estado de Hidalgo, México y pretende dar un panorama del consumo de cigarrillos electrónicos o vapeadores en jóvenes de manera local. De manera somera, se presenta la historia y origen de estos dispositivos electrónicos, los riesgos para la salud, el panorama general actual, tanto a nivel nacional como en países como Colombia. Como parte de la metodología se aplicó una encuesta a los estudiantes de primer semestre de las diferentes carreras de la universidad y los resultados fueron concluyentes, hay un fuerte y grave consumo de estos dispositivos, creando adicción y efectos lesivos para la salud..

Palabras clave: *Cigarrillo electrónico, vapeo, adicciones, jóvenes universitarios.*

Abstract

The present research is carried out at the La Salle University in Pachuca, state of Hidalgo, Mexico and aims to provide an overview of the consumption of electronic cigarettes or vaping devices in young people locally. Briefly, the history and origin of these electronic devices, the health risks, and the current general panorama are presented, both nationally and in countries like Colombia. As part of the methodology, a survey was applied to first semester students of different university careers and the results were conclusive, there is a strong and serious consumption of these devices, creating addiction and harmful effects on health..

Keywords: *Electronic cigarette, vaping, addictions, university students.*

Introducción

Los cigarrillos electrónicos últimamente están en tendencia, la mayoría de las personas obtiene uno y de manera muy fácil. Los adolescentes están teniendo un problema con el cigarrillo electrónico y es el consumo excesivo de estos.

Este dispositivo está dañando la salud de los jóvenes a muy temprana edad y el problema es que ellos, probablemente, no están enterados de los daños que pueden causar en su cuerpo, es por eso por lo que, optan por consumir el cigarrillo electrónico y no el cigarrillo común ya que piensan que el cigarrillo electrónico no causa ningún daño.

La relevancia de esta investigación radica en que es importante indagar y exponer a los adolescentes información sobre lo que es el cigarrillo electrónico y que como cualquier otra droga (por muy regulada que esta sea) crea adicción, ya que muchas personas, en especial los adolescentes, están usando este dispositivo sin darse cuenta de que están creando una adicción.

Otro de los objetivos es informar sobre los daños que produce al cuerpo consumir el cigarrillo electrónico pues erróneamente se cree que estos productos no hacen daño y es por eso por lo que lo prefieren y hasta lo utilizan como una alternativa para dejar el cigarrillo común.

Marco Referencial

El cigarrillo electrónico, también llamado -vaper-, fue patentado en 2003 por el doctor chino Hon Lik, quien era un fumador empedernido al igual que su padre quien falleció un año después de la patente de la invención de su hijo, debido a un cáncer de pulmón. (Mr. Vapes, s.f.)

Este dispositivo, se hizo popular como método para dejar de fumar, pero en poco tiempo su uso se propagó a un público más joven, que en algunos casos no había consumido anteriormente cigarrillos convencionales y se sumó a la moda del vaper, empujada por la tendencia y por los múltiples sabores que ofrece.

Sin embargo, a pesar de las supuestas buenas intenciones con las que fueron diseñados estos aparatos, la Organización Mundial de la Salud (OMS) advirtió que en realidad su uso no desaparece ni elimina el hábito del cigarrillo, por lo que su función original ha quedado en entredicho. Al ser un producto relativamente nuevo, todavía no se sabe bien si tiene efectos negativos sobre el cuerpo y cuáles podrían ser, ya que las conclusiones de este tipo de investigaciones solo pueden ser observadas en un plazo no menor de 10 años.

Marco Conceptual

a ¿Qué es el vaper?

Los vapores o cigarrillos electrónicos, son dispositivos electrónicos de pila compuestos por cartuchos que tienen líquidos de diferentes sabores, nicotina y otras sustancias que pueden ser vaporizadas

Al apretarse un botón el líquido contenido dentro del vaper se calienta hasta convertirse en vapor, que es el que inhala y luego expulsa la persona; es por esto por lo que se les conoce también como vaporizadores.

Hay muchos aromas, sabores y especificaciones que poseen estos dispositivos al

grado de que se han vuelto un sustituto del cigarro convencional. Además, hay algunos que no tienen porcentaje alguno de nicotina, por lo que solo generará efecto placebo en la persona.

b. ¿Que contiene el líquido del Vapor?

Estos líquidos vaporizados –conocidos como e-liquid– tienen en su composición, además de nicotina y saborizantes artificiales, sustancias químicas como: a) Propilenglicol bastante usado para la producción de humectantes y para la conservación de ciertos alimentos; b) Glicerina vegetal derivada de las semillas de algodón, utilizadas también en la fabricación de cosméticos; c) Aromas procedentes de las mismas sustancias empleadas para la elaboración de algunos alimentos, y d) Nicotina, la cual no aparece como componente de todos los vaporizadores que hay actualmente en el mercado, pero sí está presente en mayor o menor medida, en la gran parte de ellos.

Incluso se sabe que, al vaporizar –término empleado para definir la acción de fumar a través de un vapor–, las personas inhalan junto con los químicos propios del líquido vaporizado, metales que se desprenden del dispositivo en sí como el cadmio, nitrosaminas y aldehídos, los cuales son cancerígenos. (Mr. Vapes, s.f.)

c. Diferencias entre fumar y vaporizar

Según el sitio Policlínica Metropolitana (2020) las principales diferencias entre fumar un cigarrillo común y comercial a vaporizar en un dispositivo electrónico son:

- Al fumar, se inhala el humo. Al vapear, se inhala vapor.
- El humo del cigarro contiene sustancias sólidas, productos de la combustión. El vapor del cigarro electrónico, no.
- Los cigarrillos poseen más de 4.000 sustancias químicas en su composición, de las cuales al menos 40 de ellas han demostrado ser cancerígenas.
- En cuanto a los vaporizadores, aunque las investigaciones continúan, al menos se sabe que no posee tantas sustancias químicas como el tabaco.

d. Panorama actual

Ya se han realizado varios estudios en México sobre el consumo del cigarrillo electrónico, por ejemplo, de acuerdo con la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), al menos 5.02 millones de personas entre 12 y 65 años han usado alguna vez un vapeador. Aparte, 975 mil lo utilizan actualmente. Asimismo, hablando específicamente de adolescentes, 938 mil han usado alguna vez estos dispositivos y 160 mil los consumen. Aunado a esto, los hombres los consumen 2.5 veces más que las mujeres.

Ante tal panorama, el 31 de mayo de 2022 en el marco del Día Mundial sin Tabaco, el presidente mexicano, Andrés Manuel López Obrador, publicó un decreto en el que se prohibió...

...la circulación y comercialización en el interior de la república, cualquiera sea su procedencia, de los sistemas electrónicos de administración de nicotina. También de sistemas similares sin nicotina, sistemas alternativos de consumo de nicotina, cigarrillos electrónicos y dispositivos vaporizadores con usos similares. Además de las soluciones y mezclas utilizadas en dichos sistemas. (Forbes México, 2023)

En otros países como Colombia se llevó a cabo la Encuesta Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas (ENCSPA), realizada por el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) y el Ministerio de Justicia. La encuesta fue hecha entre octubre y diciembre del 2019 a casi 50.000 personas entre los 12 y los 65 años. Este instrumento midió por primera vez el consumo de cigarrillos electrónicos o vapeadores con nicotina, el 5% unos de los encuestados dicen haberlos usado alguna vez en la vida, lo que lo convierte en la tercera sustancia legal más usada. (Ortiz, 2020)

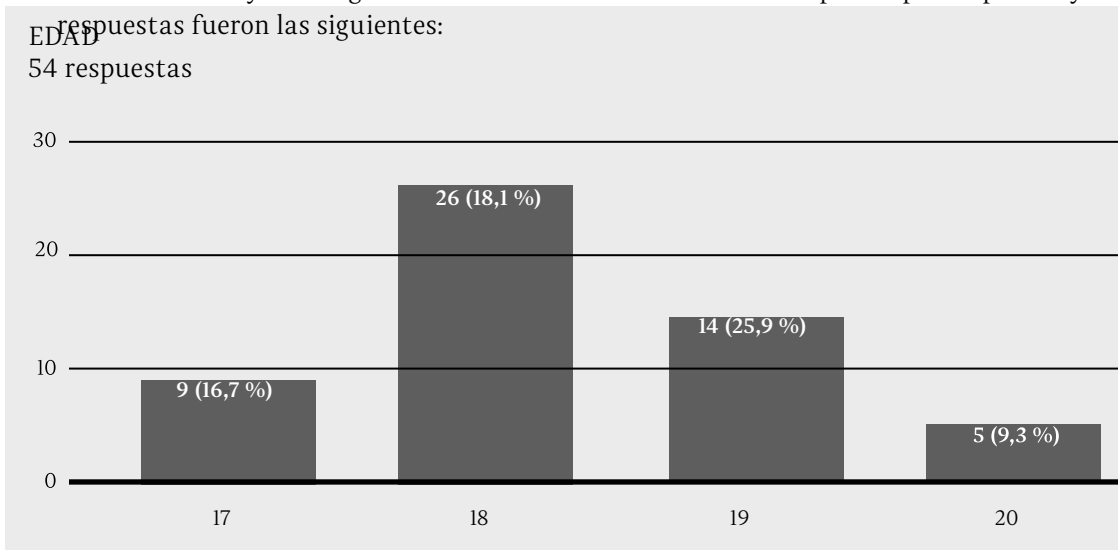
Para Inés Elvira Mejía, asesora en política de drogas y reducción de daños en Colombia, esto deja ver que los vapeadores están siendo vistos como una medida de menor riesgo y que “los fumadores transitaron allí en un intento por minimizar los riesgos”, pero aclaró que esto sigue siendo tabaco o sustancias dañinas, por lo que siguen teniendo consecuencias lesivas para la salud. (Ortiz, 2020)

Metodología

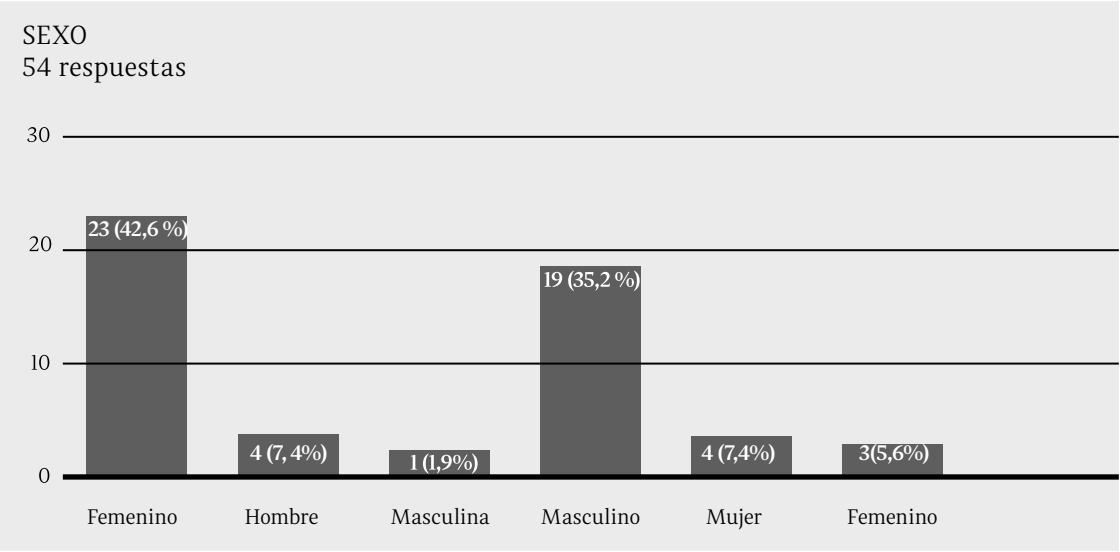
Para profundizar en la temática de manera local y poder gestionar vías de contención y solución a esta problemática global, se decidió aplicar una encuesta de 12 preguntas a adolescentes de Pachuca, Hidalgo, México, específicamente, estudiantes de entre 17 a 20 años de las licenciaturas de primer semestre de la Universidad La Salle Pachuca, con el objetivo de investigar cómo está el nivel de consumo de estos dispositivos en los adolescentes universitarios.

Análisis de resultados

La encuesta se asentó en Google Forms y se distribuyó vía WhatsApp con la ayuda de los tutores a las y los estudiantes de cada grupo, al inicio de esta se explicaron los fines de la investigación, se aseguró guardar el anonimato y se pidió el consentimiento de participación voluntaria y no obligatoria. El instrumento fue contestado por 54 participantes y las respuestas fueron las siguientes:



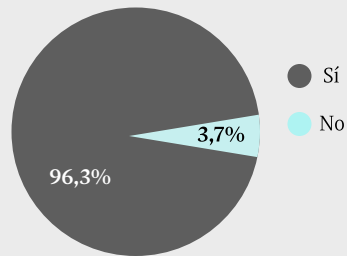
La encuesta inicia con la pregunta sobre la edad, los resultados nos señalan que de 54 personas; 9 tienen 17 años (16,7%), 26 tienen 18 años (48,1%), 14 tienen 19 años (25,9%) y 5 tienen



La segunda pregunta es sobre el sexo, los resultados señalan que la mayoría de los entrevistados son mujeres ya que, de 54 personas, 30 son mujeres y 24 hombres.

¿Conoces sobre cigarro electrónico?

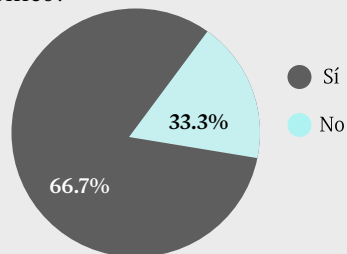
54 respuestas



La tercera pregunta es para saber si los encuestados conocen al cigarrillo electrónico o vaper; según los resultados, de 54 personas, 52 (96.3%) si conocen sobre este dispositivo y 2 personas (3.7%) no lo conocen

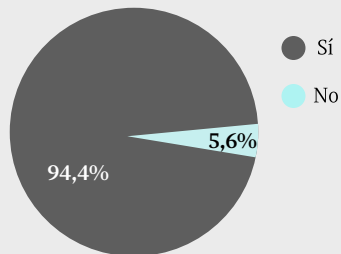
¿Has consumido cigarro electrónico?

54 respuestas



La cuarta pregunta es para saber si estas personas han consumido el dispositivo. 18 personas (33,3%) nos indican que no han consumido el cigarrillo electrónico y 36 (66,7%) nos indican que sí lo han consumido; esto quiere decir que son más las personas que sí lo han consumido

¿Crees que consumir cigarro electrónico es malo para la salud?
54 respuestas



¿Por qué razón lo consumes o lo consumirías?
54 respuestas

- Por curiosidad
- Por curiosidad, para probarlo
- Gusto
- No lo consumiría, no me gusta
- Me gusta su sabor
- No consumo este tipo de cigarrillos
- Por sus sabores
- Lo consumía por moda
- Porque sabía a mango

¿Por qué razón lo consumes o lo consumirías?
54 respuestas

- Por andar de fiesta
- No lo consumo
- Pasar el rato
- Ninguna
- Solo una vez por curiosidad
- Ninguna
- por conocer solamente
- por ninguna
- por probar

¿Por qué razón lo consumes o lo consumirías?
54 respuestas

- Por estrés
- Por ninguna
- Conocer una nueva experiencia
- Para relajarte
- porque me gustaba
- Actualmente no lo consumo
- Experimentar que se siente
- Por qué me ofrecieron
- Estrés

¿Por qué razón lo consumes o lo consumirías?
54 respuestas

- Presión social
- Moda
- Amm no es de mi agrado
- No habría razón, no quiero hongos en los pulmones y no dependo de nada ni para sentirme mejor ni para verme a la moda
- Sabor
- Lo consumía porque estaba de moda, pero al final lo dejé hace como dos años
- Fiestas
- Porque sirve para ratos de ocio y es adictivo
- Solo por probar

¿Por qué razón lo consumes o lo consumirías?

54 respuestas

Nunca lo voy a consumir
Por su sabor
Por probarlo
Por curiosidad y después por gusto
Por la nicotina
Sólo por experimentar
Presión social
Moda
Amm no es de mi agrado

¿Por qué razón lo consumes o lo consumirías?

54 respuestas

Por gusto
No lo consumiría
Por estrés
Por moda
Me veo de huevos vapeando
Me interesaba probarlo y me gustó
No podría
gusto
La verdad no lo consumiría debido a mi condición física bajaría y hace que mi rendimiento pueda bajar por los químicos que contiene

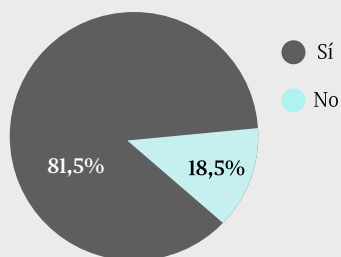
Los resultados de la quinta pregunta indican que, de 54 personas, 51 (94,4%) consideran que consumir cigarrillo electrónico es malo para la salud y 3 (5,6%) consideran que no es malo.

La sexta pregunta fue abierta, y en la cual los encuestados nos comparten las razones por las que consumen el cigarrillo electrónico. Según los resultados, de menor a mayor:

- 5 personas lo han consumido por moda y presión social.
- 9 personas lo han consumido en eventos específico; principalmente bajo estrés y se quieren relajar o cuando están en fiestas.
- 12 personas lo consumen por curiosidad porque quieren experimentar, saber cuáles son los efectos de estos dispositivos, incluso por influencia de otras personas.
- 12 personas lo hacen por gusto, les llama la atención en especial su sabor, creen que se ven bien fumando cigarrillo electrónico, y ya han desarrollado una adicción.
- 14 personas no lo consumen, por alguna enfermedad o no les llama la atención este tipo de acciones.

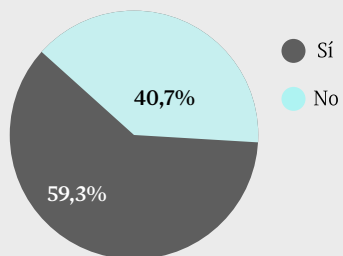
¿Crees que consumir cigarro electrónico es lo mismo que consumir cigarrillo común?

54 respuestas



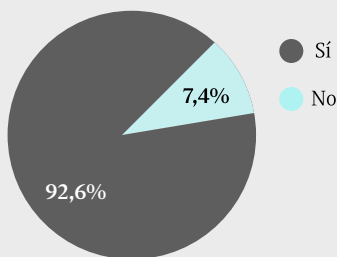
La séptima pregunta indaga sobre si es lo mismo el cigarrillo electrónico (vapear) que fumar cigarrillo común; según los resultados de 54 personas, 44 (81,5%) dicen que es diferente consumir el cigarrillo electrónico al cigarrillo común, pero 10 personas (18,5%) dicen que es lo mismo.

¿Sabes qué tipo de sustancias tiene el cigarrillo electrónico?
54 respuestas



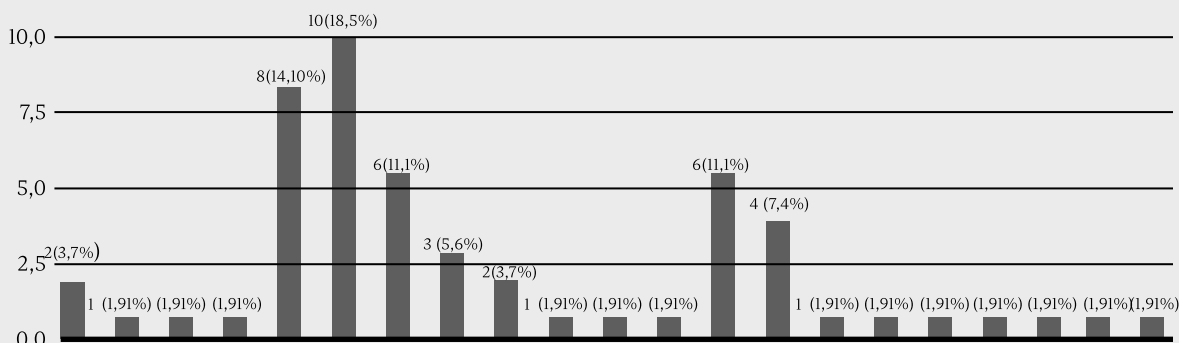
En la octava pregunta los resultados nos señalan que, de 54 personas, 50 (92.6%) saben que sustancias contiene el cigarrillo electrónico y 4 personas no lo saben, (7,4%). Según esto los jóvenes son conscientes de las sustancias dañinas que tienen este tipo de dispositivos.

¿Crees que el cigarrillo electrónico puede convertirse en una adicción como cualquier otra droga?
54 respuestas



La novena pregunta es sobre la adicción al consumir el cigarrillo electrónico, según los resultados de 54 personas, 50 (92,6%) dicen que el cigarrillo electrónico es adictivo y 4 (7,4%) personas dicen que no lo es.

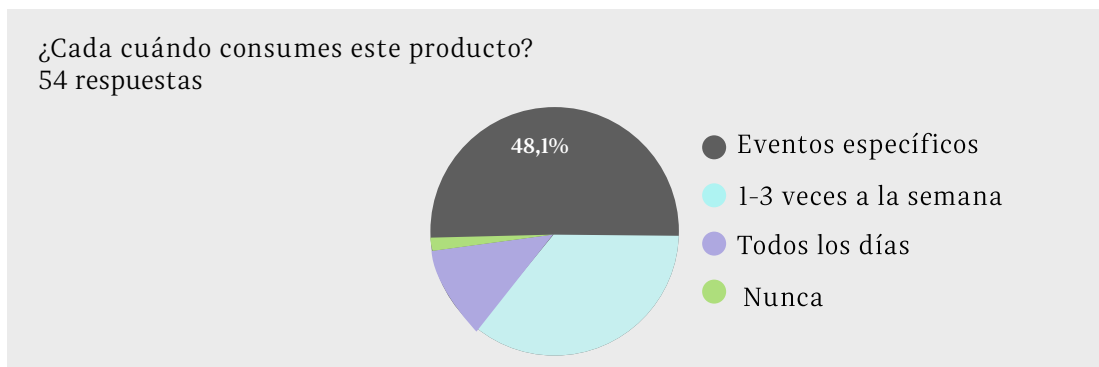
¿Desde qué edad lo consumes?
54 respuestas



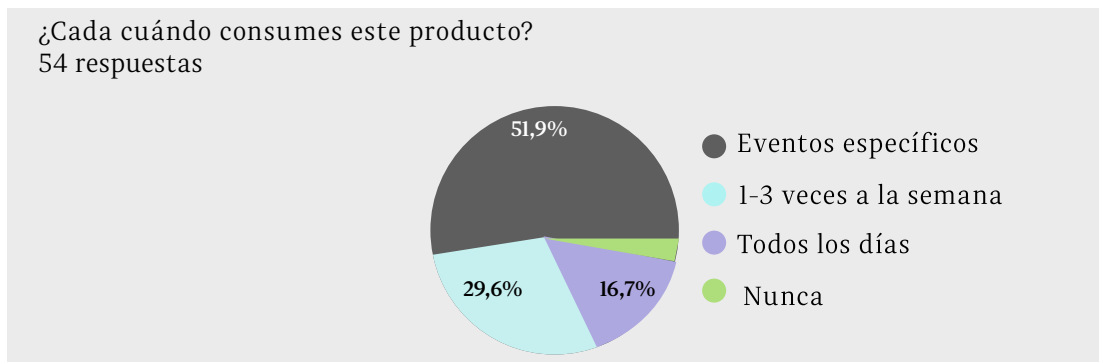
En la décima pregunta los jóvenes nos comparten desde que edad lo consumieron o consumen el cigarrillo electrónico, según los resultados:

- 14 años – 6 personas
- 15 años – 8 personas
- 16 años – 10 personas
- 17 años – 6 personas
- 18 años – 6 personas
- Nunca lo han consumido – 18 personas

Esto quiere decir que los adolescentes desde muy temprana edad están consumiendo estos dispositivos.



En la onceava pregunta se quiere saber que tan frecuente consumen el cigarrillo electrónico, los resultados nos indican que, de 54 personas, 26 (48,1%) ya no lo consumen; 20 (37%) lo consumen en eventos específicos; 7 (13%) lo consumen de 1 a 3 veces por semana y solo 1 (1,9%) persona lo consume todos los días.



Por último, para la doceava pregunta la respuesta mayor fue que no consumen, pero si comparamos las demás respuestas, de las respuestas que confirmaron un consumo, la mayoría consumen el cigarrillo electrónico.

Conclusiones

Hablando en términos generales, en esta pequeña investigación que surge en el estado de Hidalgo, en la ciudad de Pachuca, y específicamente con los estudiantes de la Universidad La Salle Pachuca, si lo comparamos con otros datos ya investigados, como por el ejemplo, el estudio al que se hizo referencia en el marco conceptual, la encuesta realizada por el DANE y el Ministerio de Justicia en 2019 a personas de 12 a 65 años de Colombia, podemos comparar y concluir que la cifra de cantidad de consumo es menor en Colombia, ya que se indica que es la tercera sustancia más consumida en el país, y en la presente investigación de La Salle Pachuca, se indica que el producto que más se consume es el cigarrillo electrónico, es un producto que en este caso le gana al cigarrillo común.

A pesar de que en las encuestas de la Universidad La Salle Pachuca, la mayor parte de los estudiantes consumen el cigarrillo electrónico, no precisamente lo consumen diario. Las razones por las que han consumido algunas personas van desde que les gusta su sabor o por curiosidad de saber que se siente. Muchos de estos estudiantes empiezan a consumir este tipo de sustancias desde muy temprana edad (antes de la mayoría de edad), por lo tanto, se considera que no han pensado en los daños que podría llegar a provocar a su cuerpo, es por eso por lo que, retomando nuestros objetivos, concluimos en que, basándonos en la pequeña muestra de la universidad, la mayoría sí consumen este tipo de sustancia, por lo que hay muchas mentes por concientizar.

Se empezarán a vislumbrar algunos panoramas para la sensibilización, concientización y disminución de la adicción, como realizar campañas y conferencias para ofrecer a los consumidores información sobre todos los daños y consecuencias del uso de vapeadores, así como desmitificar sus “beneficios”. Por otra parte, sería positivo poder regular el consumo de este producto en la Universidad La Salle Pachuca y en los alrededores de Pachuca, y así evitar adicciones y daños a la salud.

Referencias

- Forbes México. (11 de diciembre de 2023). AMLO prepara iniciativa para prohibir los vapeadores. [Página Web] *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/amlo-prepara-iniciativa-para-prohibir-vapeadores/>
- Mr. Vapes. (s.f.). ¿Cuál es el origen de los vapers? [Página Web] *Mr. Vapes*. <https://mrvapes.mx/pages/osma-ll-de-vaporesso>
- Ortiz, M. I. (8 de agosto de 2020). Vapeadores: al menos 1,1 millones de colombianos los han utilizado. [Periódico Online] *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/justicia/investigacion/en-colombia-crecen-los-vapeadores-segun-encuesta-de-consumo-se-sustancias-psicoactivas-527218>
- Policlínica Metropolitana. (3 de marzo de 2020). Vapers: ¿Vaporizar es una moda peligrosa? [Página Web] *Policlínica Metropolitana*. <https://policlinicametropolitana.org/informacion-de-salud/peligro-del-vaping/>
- Ríos, S. (5 de agosto de 2022). Alerta por uso de vapeadores y cigarros electrónicos en la región. [Página Web] *Océano Medicina Magazine*. <https://mx.oceanomedicina.com/nota/actualidad-arg/alerta-por-uso-de-vapeadores-y-cigarros-electronicos-en-la-region/>

Copyright (c) 2023 Valentina Gómez Gaviria



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Usted es libre de:

1) Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. 2) Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de: Atribución — Usted debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.

[ResumenDeLicencia](#)

[TextoCompletoDeLicencia](#)





EN PACHUCA ESTABAMOS AISLADOS, PERO ¿QUÉ PASÓ CON LOS NEGOCIOS DURANTE LA PANDEMIA?
IN PACHUCA WE WERE ISOLATED, BUT WHAT HAPPENED TO BUSINESSES DURING THE PANDEMIC?

EN PACHUCA ESTÁBAMOS AISLADOS, PERO ¿QUÉ PASÓ CON LOS NEGOCIOS DURANTE LA PANDEMIA?

IN PACHUCA WE WERE ISOLATED, BUT WHAT HAPPENED TO BUSINESSES DURING THE PANDEMIC?

Margarita Saraí Miguel Bárcenas

Notas sobre el autora:

Estudiante de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad La Salle Pachuca, generación 2021-2025.

Esta investigación fue financiada con recursos de la autora. La autora no tiene ningún conflicto de interés al haber hecho esta investigación.

Remita cualquier duda sobre este artículo al siguiente correo electrónico:

sarai.miguel@itconsultingmfc.com

Recibido: 10/06/2023 Corregido: 16/09/2023 Aceptado: 01/10/2023



Copyright (c) 2023 Margarita Saraí Miguel Bárcenas
Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Resumen

La presente investigación nos muestra el panorama local que vivieron las y los emprendedores de Pachuca de Soto, Hidalgo, México, durante la pandemia del COVID-19, sabemos que fueron tiempos turbulentos y llenos de incertidumbre, además, para muchos negocios la pandemia significó un cierre total de sus establecimientos, no obstante, en la medida de lo posible, algunos se fueron trasladando a lo virtual y con ayuda de internet y redes sociales lograron mantener sus empresas a flote e, inclusive, en algunos casos, las ventas se exponenciaron, tal y como lo veremos con tres empresas locales: Pintoresco, Liverpoolga y MakeUp Real, de quienes sus dueñas, mujeres pachuqueñas y emprendedoras, nos compartieron sus experiencias de marketing digital.

Palabras clave: *Marketing digital, redes sociales, tiempos pandémicos, economía local, mujeres emprendedoras..*

Abstract

This research shows us the local panorama that the entrepreneurs of Pachuca de Soto, Hidalgo, Mexico, experienced during the COVID-19 pandemic. We know that they were turbulent times full of uncertainty. Furthermore, for many businesses the pandemic meant a total closure of their establishments, however, to the extent possible, some moved to the virtual and with the help of the internet and social networks they managed to keep their companies afloat and, in some cases, sales even increased. As we will see with three local companies: Pintoresco, Liverpoolga and MakeUp Real, whose owners, Pachuqueña and entrepreneurial women, shared their digital marketing experiences with us..

Keywords: *Digital marketing, social networks, pandemic times, local economy, women entrepreneurs.*

Introducción

Las redes sociales son un avance de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) que sigue sorprendiéndonos cada vez más, sin embargo, su uso creció exponencialmente durante la pandemia (2020-2023). Muchos negocios y servicios locales se vieron en la necesidad de cerrar sus espacios físicos durante la pandemia debido a las restricciones sanitarias y al pánico colectivo de salir a la calle y contagiarse.

Entonces, los negocios se adaptaron y, gracias a lo fácil que es utilizar las redes sociales, muchos establecimientos sorprendieron con campañas, y la adaptación de sus productos y servicios al *delivery*, al *pickup* o al servicio remoto para mantener a flote sus empresas.

Sorprendentemente, a algunos negocios les resultó tan útil la estrategia digital que, inclusive cuando las cosas comenzaron a volver a la “normalidad” las siguieron utilizando, pues sus marcas ya estaban posicionadas y las redes sociales, seguían siendo un gran punto de venta de venta.

Por lo tanto, en el presente artículo, mostramos los resultados de una breve investigación que se llevó a cabo en Pachuca de Soto, Hidalgo, sobre las estrategias de marketing que los negocios locales en Pachuca utilizan para vender a través de redes sociales.

Marco Referencial

Con la aparición del internet, el marketing en las redes sociales ha trascendido bastante en el estado de Hidalgo, principalmente en los emprendimientos de su capital, Pachuca de Soto, debido a la facilidad de su uso y al auge de estas prácticas digitales durante y después de la pandemia, pues, como se sabe, la mercadotecnia sirve para poder intercambiar bienes, productos y/o servicios.

Como todo, las redes sociales tienen su lado bueno y su lado malo, ya que exponemos nuestra información personal a millones de personas, sin embargo, para las empresas es diferente, los negocios locales lo ven como una ventaja debido a que es una buena manera de poder vender sus productos y dar a conocer su marca, pues para sobresalir en las redes sociales se necesita que el producto tenga variedad, calidad, diseño, buen precio o innovación, es decir, que sea diferente a otros productos de la misma gama para poder captar nuevos clientes y mantener a los que ya se tienen. De esta manera, inclusive, el cliente puede recomendar fácilmente la marca o producto en sus redes sociales privadas y seguir exponenciando el alcance de esta.

El área de marketing es de vital importancia en el desarrollo de una empresa. Inclusive los negocios locales que se han tenido que adaptar a las redes sociales y trasladar su negocio a lo virtual, lo necesitan, es por ello por lo que redes sociales como Facebook implementan paquetes para promocionar ciertas publicaciones y tienen facilidades como el Business Meta, para que esta área de marketing sea mucho más fácil de desarrollar con mayor éxito y a costos accesibles.

Marco Teórico-Conceptual

Philip Kotler, economista considerado padre del marketing, nos regala la definición de mercadotecnia como:

Una ciencia del intercambio comercial que forma parte de la actividad humana para satisfacer necesidades o deseos a través de un proceso de intercambio ya que se compone de 4 elementos: producto, precio, promoción y plaza que se alían con características que posee el cliente. (González, 2014)

Considerando que, a raíz de la pandemia ese intercambio se vio dificultado, pero los productos y servicios seguían siendo requeridos, las y los empresarios lograron encontrar formas en las que pudieran promocionar sus productos llegando a nuevos clientes a través de las redes sociales y el internet y así, lograron establecerse por medio de contenidos digitales o dinámicas tecnológicas para que los clientes no tuvieran la necesidad de salir de casa, es decir, en una nueva “plaza” (Espinosa, 2023). Hoy en día muchos usuarios mantienen la costumbre de las compras en línea por su facilidad y ubicuidad.

Según la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), nuestro país se encontraba en el top 5 de países con mayor crecimiento de comercio electrónico en 2022 (AMVO, 2022). En aquel tiempo pandémico, cada vez eran más las personas que decidían vender por internet antes de poner una tienda física y esto se debía a la poca afluencia de gente en plazas o centros comerciales; además, en el ámbito económico existía el miedo y la incertidumbre al riesgo de inversión que requería el comercio físico.

Es importante conocer el funcionamiento que tenían los negocios y el cómo se tuvieron que adaptar a un sistema virtual para que no se extinguieran. Muy sonado es el caso de *las nenis*, mujeres emprendedoras en ventas por redes sociales (Aguilera, s.f.). Según expertos en el mercado, todo evolucionó y lo que necesitaban aquellas chicas para que pudieran vender por internet era un buen equipo de cómputo y una buena cámara para promocionar sus productos.

Metodología

Para efectos de recolección de datos de la investigación mencionada se llevaron a cabo entrevistas aplicadas a tres personas que son propietarias de negocios locales que se encuentran en Pachuca y que (en ese momento) usaban redes sociales para venta y promoción, la idea fue pudieran compartir cuáles son las estrategias que manejaron para que su negocio fuera exitoso en redes sociales, inclusive más que en tienda física, y de esta manera, otras personas podrán hacer usos de ellas.

El tipo de instrumento seleccionado nos ayudará para entender las dinámicas, las habilidades, los conocimientos, la experiencia, la personalidad y las estrategias que hacen que los negocios sean atractivos para los clientes vía redes sociales, y es que hay que entender que para que se pueda tener un comercio más fluido dentro de un negocio local, es importante saber de qué manera enganchar a los clientes en plataformas que son usadas actualmente.

Se estableció un sistema de recolección de datos, con ayuda de herramientas como grabadora de voz, para no dejar de lado detalle alguno y presentar información real y fidedigna.

Las tres empresas seleccionadas estaban enfocadas al cuidado personal y a las “cosas bellas”, como se mencionó anteriormente, la pandemia nos pegó a todos de una u otra forma, ya sea económicamente, emocionalmente y hasta mentalmente, por lo que algunas personas se sumergieron en pasatiempos o se aventuraron a aprender nuevos oficios o profesiones, tal es el caso de las dueñas de “Pintoresco”, quienes decidieron vender algo que las distraía o las hacía sentir bien estando en casa, sus productos son carcasas para celulares, computadoras y llaveros hechos a mano y a base de resina, tienen algunos diseños *aesthetics* o bien, elaboran diseño personalizados.

La segunda microempresa fue un impacto en Hidalgo debido a que las chicas buscaban un medio para poder seguir adquiriendo ropa a pesar de que no podían salir, “Liverpoolga” les dio varias alternativas como comprar y tener un catálogo activo de diferentes tiendas y marcas de Estados Unidos, durante la pandemia era menos la afluencia de personas que lograban cruzar la frontera, sin embargo, esta emprendedora y dueña de una microempresa, logró hacer llegar a su público objetivo los productos requeridos, cabe mencionar que, esta empresa ya tenía una tienda física, pero cuando llegó la pandemia, se logró mover al mundo virtual y no solo conservar, sino acrecentar su cartera de clientas.

Finalmente, la tercera microempresa, fue “MakeUp Real”, la emprendedora detrás compraba en una proveedora llamada Yves Rocher quien le surtía desde productos de skin-care hasta maquillaje (labiales, rímel, entre otros), y armaba paquetes atractivos para las clientas, sus estrategias van desde promociones en los costos hasta cosas más básicas como la forma de adornar los diferentes paquetes, atractivos a la vista.

Resultados

Entrevista I:

Pintoresco

Venta de fundas de celular, computadora y llaveros a base de resina.

1. ¿Cómo te afectó la pandemia y por qué las redes sociales fueron tu salvación?

R= Realmente la pandemia me benefició porque me generé ideas a raíz de que estaba en mi casa y no sabía que negocio poner, sin embargo, al saber que los llaveros, los cuadros y las fundas de celulares y computadoras eran cosas comunes que las personas compraban, la idea hizo que me motivara a poner el negocio, y al saber que las redes sociales era nuestro único medio de comunicación, hice que mi negocio se anunciara por medio de las tendencias que se generaba y así fue como surgió mi negocio por medio de TikTok.

2. ¿Cómo fue que comenzaste a utilizar las redes sociales para vender en línea?

R= Por la facilidad, debido a que, en la pandemia, muchas personas no podían salir de sus casas y me di cuenta de que la venta en las redes sociales era fácil, asimismo, hacer que el producto pueda llegar a los clientes, ya que ellos eligen el diseño y Pintoresco lo diseña.

3. ¿En qué red social se te facilita más vender?

R= Instagram, debido a que es una red que ocupa la mayoría de la gente y hace que se pueda distribuir de mejor manera mi producto a través de fotografías de los mismos.

4. ¿En qué red social iniciaste tu emprendimiento?

R= Lo inicié en TikTok, con un video que subí haciendo las fundas de mis personajes favoritos. Cuando vi que se viralizó y mucha gente me empezó a pedir mi Instagram, ya que en TikTok no puedes mandar mensaje a menos de que se sigan mutuamente, decidí abrir un perfil dedicado a esta microempresa y desde ahí se desarrolló más en Instagram.

5. Actualmente, ¿En dónde tienes mejores resultados, vendiendo en tienda física o en línea?

R= Mi tienda siempre ha sido en línea, totalmente, porque la inicié durante la pandemia, siento que he generado buenas ventas a comparación de si tuviera una tienda en físico ya que mucha gente no conociera mi marca y no sería algo que pudiera estar produciendo constantemente debido a la poca gente que tendría como cliente.

6. ¿Solamente usas las redes sociales o tienes una página de internet?

R= Por el momento solo tengo redes sociales, aparte de que es fácil de manejar, ya que puedes editar y diseñar libremente sin tener que pagar algo para anunciarte obligatoriamente.

7. ¿Cómo creas publicidad en las redes sociales?

R= A base de *reels*, historias destacadas e historias que subo a diario de mis productos, también le pido a la gente que ya me compraron que me vayan etiquetando y que me vayan recomendando para que más gente me conozca y pueda llegar a las grandes ligas dentro del área del mercado.

8. ¿Cuáles son las estrategias más efectivas para tus ventas en línea?

R= Usar redes sociales y estar al pendiente en WhatsApp, ya que para entregar los productos en puntos de venta necesito que mis clientes sientan que se les está poniendo mucha atención y que sientan que a pesar de que es una tienda que está en línea es segura y confiable.

9- ¿Cuánto tiempo llevas vendiendo en las redes sociales?

R= Literal llevo vendiendo durante 2 años sin parar y sin descansar, ya que es una empresa que me da trabajo diario, y a pesar de que es en línea me exige día a día, pero a la vez es bueno porque yo soy mi propia jefa y necesito empleados como tal porque los conocimientos ya los traigo a base de lo que me han enseñado en la universidad.

10 ¿Qué tan satisfechos se han sentido tus clientes al comprar tus productos en línea, principalmente en las redes sociales?

R= Siento que se han sentido satisfechos con el producto final que se les entrega ya que son ideas o diseños que ya vieron mis redes sociales y que desean tener algo similar o algo mejor de lo que me mostraron, así que puedo decir que al tener a mis clientes satisfechos hacen que yo pueda generar más publicidad a base de los *likes* y los *reviews*.

Entrevista 2:

MakeupReal

Venta de paquetes de skincare y maquillaje de la marca Yves Rocher

1. ¿Cómo te afectó la pandemia y por qué las redes sociales fueron tu salvación?

R= Me afectó mucho, sin embargo, Facebook fue mi salvación y ahora ya tengo 2 años y medio en esto, desde que la pandemia inició, y desde ahí no paro y muchas dinámicas que manejaba antes ya las remplace, todo por vender en línea ya que no pago renta de un local.

2. ¿Cómo fue que comenzaste a utilizar las redes sociales para vender en línea?

R= La pandemia fue muy dura para mí ya que tuve que cerrar mi negocio y la verdad no sabía a donde meter tanto producto o donde distribuirlo ya que mucha gente lo que menos quería era comprar maquillaje debido a la falta de empleo, sin embargo, con la aparición de Marketplace en Facebook, pude hacer que mi negocio se conociera más y evolucionara, ya que ahora vendo mis productos por lote y eso hace que ya sea una distribuidora.

3. ¿En qué red social se te facilita más vender?

R= Facebook, sin duda alguna, ya que me ayuda mucho que me pueda meter a grupos de comunidad en donde promociono lo que tengo y si alguien está interesado me puede contactar inmediatamente a través de comentarios de la misma publicación o en Messenger.

4. ¿En qué red social iniciaste tu emprendimiento?

R= Lo inicié en Instagram pero no me funcionó como en Facebook, ya que necesitaba que mi perfil del mismo negocio se viera profesional, como Instagram es más visual, la gente no se siente segura si no lo ve y necesitaba demostrar que nuestra empresa daba cursos de maquillaje o que sí teníamos servicios de maquillaje y cómo eran los productos y eso para mí era imposible porque hay productos que no se pueden destapar, es por eso que decidí abrir una página de Facebook en donde me podía unir en grupos de ventas y pudiera vender sin que me metieran tanto *hate*.

5. Actualmente, ¿Tienes mejores resultados vender en tienda física o en línea?

R= Sin duda es mil veces mejor vender en línea porque millones de personas pueden conocer tu marca o tu negocio y, principalmente en Facebook, la gente se arriesga y pide, aunque no te conozcan, pero ya una vez que ya te hayan comprado hacen que den a conocer tu marca dentro de Pachuca o cerca de la región y nunca se extinga tu negocio por lo mismo de que siempre andas constante en publicar.

6. ¿Solamente usas las redes sociales o tienes una página de internet?

R= Tengo ambas, ya que las personas que me han comprado en Facebook y que han pertenecido a grupos de la misma red social, tienen cambios en su vida como cambiarse de casa o de estado y si les gusta mi producto lo siguen comprando sin importarles donde se encuentren, y obviamente para que siga siendo seguro, les envío el enlace de la página de internet y siguen teniendo el mismo servicio y la misma atención y pueden decidir cómo les llega el producto.

7. ¿Cómo creas publicidad en las redes sociales?

R= Todo es con base en publicaciones dentro de los grupos de Facebook y que la página de la misma red social esté activa para que la gente pueda verlo y siempre esté vigente con los productos que se muestran.

8. ¿Cuáles son las estrategias más efectivas para tus ventas en línea?

R= Generar catálogos en caso de que quieran un solo producto, y si es por lote, a base de mensajes personalizados en Messenger, las clientas se ven cómodas y en confianza ya que ven que tienen un trato único y diferente.

9. ¿Qué tan satisfechos se han sentido tus clientes al comprar tus productos en línea, principalmente en las redes sociales?

R= Yo sé que están satisfechos, es que cuando los clientes reciben su producto necesitan responder una pequeña encuesta, ahí se preguntan cosas como, si les llegó bien el producto y cómo se sintieron con el trato, y con base a ello, mis clientes deciden si me tienen que recomendar.

Entrevista 3

Boutique Liverpoolga

Venta de ropa americana de diferentes marcas

1. ¿Cómo te afectó la pandemia, las redes sociales fueron tu salvación?

R= Realmente no me perjudicó ni me benefició, ya que la gente de mi colonia ya me conocía, entonces la gente seguía segura al comprar porque somos un negocio que mostró seguridad y limpieza, tratando de seguir las medidas sanitarias lo mejor posible.

2. ¿Cómo fue que comenzaste a utilizar las redes sociales para vender en línea?

R= Mi negocio es una tienda de ropa con marcas originales de Estados Unidos, a raíz de eso, supe que podía promocionarme en las redes sociales y decidí lanzarme, y a pesar de la pandemia, el tener mi tienda física nunca fue un problema.

3. ¿En qué red social se te facilita más vender?

R= WhatsApp, siento que es una red que, a pesar de que es muy íntima, puedo conectar con mis clientes sin necesidad de estar me trasladando, y los gustos de cada persona son diferentes y son únicos, en este punto ya sé que quieren y tengo mis propios grupos.

4. ¿En qué red social iniciaste tu emprendimiento?

R= Lo inicié en Facebook, aunque no lo ocupo mucho ya que me ubico en Juan C. Doria y la verdad es una colonia que es muy pequeña, en la que todos se conocen, entonces la conexión con mis clientes es más cercana, y saben que desde el día uno que está este negocio es de confianza porque ya me han visto estar en el local.

5. Actualmente, ¿Tienes mejores resultados al vender en tienda física o en línea?

R= Tengo buenos resultados utilizando las dos, ya que gente que es de la tercera edad, que no saben usar las redes sociales, visitan mi tienda física; en cambio, la gente joven y que usa un teléfono y redes sociales, entra a las redes y a los chats para saber qué sigue disponible y si algo les gusta lo pueden recoger en tienda.

6. ¿Solamente usas las redes sociales o tienes una página de internet?

R= Por el momento solo manejo la tienda física y WhatsApp, ya que la gente que compra ya me conoce desde hace algunos años y eso hace que pueda seguir manteniendo a flote mi negocio.

7. ¿Cómo creas publicidad en las redes sociales?

R= A base de mensajes que no fastidien a la gente y mandándoles lo que hay de temporada y en existencia, también, nunca dejo que mis grupos de WhatsApp se vayan hasta abajo porque pierdo visibilidad, entonces, soy constante pero no hartante.

8. ¿Cuáles son las estrategias más efectivas para tus ventas en línea?

R= Que la gente se sienta confortable y que los empaques que manejo se vea que son exclusivos, que sientan que están comprando en una tienda de clase alta, porque lo que la gente busca es estatus, eso hace que la gente se sienta cómoda.

9. ¿Cuánto tiempo llevas vendiendo en las redes sociales?

R= Aproximadamente 5 años, ya que WhatsApp es una aplicación que todas las personas usan y es muy difícil que me dejen de ver porque me encuentro constantemente activa en los grupos que creo, eso hace que las mujeres y personas de la tercera edad puedan verme por medio de catálogos y nunca pierda vigencia, sino al contrario, todo lo que manejo esté siempre actualizado.

10. ¿Qué tan satisfechos se han sentido tus clientes al comprar tus productos en línea, principalmente en las redes sociales?

R=Los clientes se sienten muy respaldados con todo lo que se hace ya que si no les queda una prenda tienen la confianza de que lo pueden cambiar, y no son prendas que se quedan para poderlas vender si no que se regresa a la tienda original, y saben que todo lo que se maneja es totalmente original, ya que mis clientes están acostumbrados a que lo que se maneja es clase y no variedad.

Análisis de Resultados

Como pudimos ver en las entrevistas realizadas a tres empresas distintas y con diferentes tipos de productos y ventas, hay diferencias entre ellas, pero con un solo objetivo, que es vender y darse a conocer, ya que al estar en un negocio que solo se encuentra en una colonia o en alguna zona de Pachuca, es muy poco probable que dicha microempresa sea popular, diciéndolo en términos coloquiales.

Es importante comentar y resaltar que las tres empresas usan redes sociales pues comentan que son más accesibles y es mucho más barato que rentar un local en un buen lugar, además, de que no se tienen que transportar o viajar de un lugar de un lado a otro para poderse promocionar, para ejemplo, la empresa Pintoresco, que debe su auge a las redes sociales, debido a que mucha gente no podía salir y la única oportunidad de los negocios que podían sobrellevar la pandemia era metiéndose a un mercado virtual, como lo comentó la empresaria y emprendedora, Pintoresco se enfrentó a varios obstáculos, uno de ellos es cuando no se conoce la marca y necesitan recomendaciones para poder explotar sus páginas de Instagram o Facebook.

Podemos notar que las tres empresas necesitan crear tendencias y con base a ellas poder vender y dirigirse al cliente, lo que resulta una estrategia muy efectiva, ya que la gente lo que busca es estar a la moda. Sin embargo, podemos observar que uno de los negocios, Liverpoolga, se le facilita vender más por WhatsApp, mientras que a MakeUp Real se le facilitaba más vender por Facebook y a Pintoresco se le facilitaba más por Instagram, ya que la gente puede ver en unos minutos todo lo que se vende en una tienda y generar mayores interacciones hasta llegar a la compra.

De las tres empresas, a una le afectó bastante la pandemia, ya que tuvo que cerrar sus negocios y perder los clientes que ya tenía, sin embargo, con miedo a lo desconocido, las tres microempresas tuvieron que arriesgarse a trasladar su negocio al mundo digital a pesar de que tenían poco conocimiento para generar estrategias en el mercado, sin embargo, ahora con vasta experiencia destacan estrategias como: ser amables con los clientes, contestar rápidamente, publicar constantemente, darles facilidades en el cambio del producto (caso Liverpoolga), personalización (caso Pintoresco) o venta mayorista por lotes (caso MakeUp Real).

Conclusiones

Las estrategias de marketing son muy importantes para cualquier tipo de negocio porque, como lo pudimos ver, las empresas necesitan que la gente reconozca la marca y gusten de sus productos o servicios, sin embargo, para los negocios que se comercializan por medio de redes sociales, es de suma importancia publicar constantemente, generar *engagement*, para que los clientes que seguido compran puedan ver las novedades de los productos y que los nuevos clientes puedan saber de toda la mercancía que tiene esa empresa.

Se espera que esté texto apoye o vislumbre un mejor panorama para aquellas personas que necesitan tener estrategias de venta online o tienen dudas sobre lo que implica un emprendimiento de este nivel. Es una realidad que las TIC, entre ellas las redes sociales, están dominando cualquier mercado y que nos facilitan una compra o una venta sin salir de casa o desde otro estado o país, sin embargo, hay que saber cómo manejarlas para lograr el éxito deseado, como es el caso de las tres emprendedoras que nos compartieron sus experiencias.

Referencias

- Aguilera, K. (s.f.). “Las nenis”: el empoderamiento femenino y la revolución de la economía en tiempos pandémicos. [Blog] *Igualdad de género UNAM*. <https://coordinaciongenero.unam.mx/2021/12/las-nenis/>
- AMVO. (27 de julio de 2022). Evolución del e-commerce en México: principales estadísticas. [Página Web] *AMVO*. <https://www.amvo.org.mx/blog/evolucion-del-e-commerce-en-mexico-principales-estadisticas/>
- Espinosa, R. (9 de mayo de 2023). Marketing Mix (4P’s): qué es, definición y ejemplos. [Página Web] *Roberto Espinosa*. <https://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- González, F. E. (2014). *Mercadotecnia Estratégica: teorías e impacto en las unidades de información*. UNAM. https://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/L117/1/mercadotecnia_estrategica_ui.pdf [quejas-por-violacion-a-derechos-humanos-20210211-0134.html](https://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/L117/1/mercadotecnia_estrategica_ui.pdf)

Copyright (c) 2023 Margarita Saraí Miguel Bárcenas.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Usted es libre de:

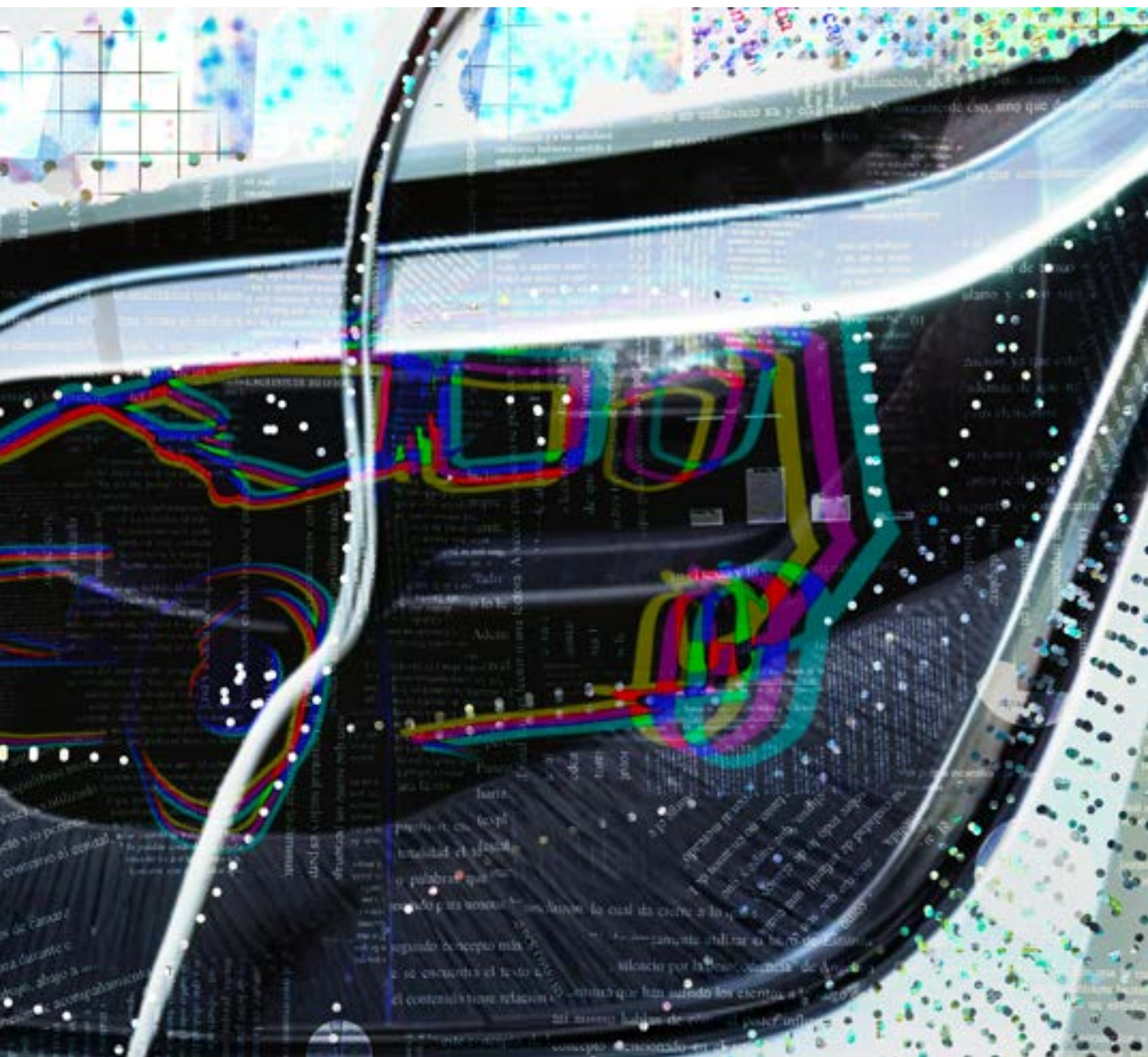
1) Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. 2) Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de: Atribución — Usted debe dar [crédito de manera adecuada](#), brindar un enlace a la licencia, e [indicar si se han realizado cambios](#). Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.

[ResumenDeLicencia](#)

[TextoCompletoDeLicencia](#)



HUELLA DE LA PALABRA



CARROS ELÉCTRICOS: SU RECIBIMIENTO E IMAGEN EN EL MERCADO MEXICANO. ¿SON UNA VERDADERA SOLUCIÓN A LA CONTAMINACIÓN?
ELECTRIC CARS: THEIR RECEPTION AND IMAGE IN THE MEXICAN MARKET. ARE THEY A REAL SOLUTION TO POLLUTION?

CARROS ELÉCTRICOS: SU RECIBIMIENTO E IMAGEN EN EL MERCADO MEXICANO. ¿SON UNA VERDADERA SOLUCIÓN

ELECTRIC CARS: THEIR RECEPTION AND IMAGE IN THE MEXICAN MARKET. ARE THEY A REAL SOLUTION TO POLLUTION?

Fabián Baruch Gómez Maldonado

Notas sobre el autor:

Estudiante de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad La Salle Pachuca, generación 2021-2025.

Esta investigación fue financiada con recursos del autor. El autor no tiene ningún conflicto de interés al haber hecho esta investigación.

Remita cualquier duda sobre este artículo al siguiente correo electrónico:

fabiangmm5@gmail.com

Recibido: 17/06/2023 Corregido: 23/09/2023 Aceptado: 01/10/2023



Copyright (c) 2023 Fabián Baruch Gómez Maldonado
Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Resumen

El presente texto intenta descifrar que tan veraz es la publicidad y el marketing en torno a los autos eléctricos como una solución de movilidad y a la contaminación ambiental. Para ello, se lleva a cabo una revisión histórica del automóvil eléctrico y se realizan tres entrevistas de profundidad a dos compradores de estos productos y a un ingeniero especialista en el tema. Es importante destacar que, México en comparación de otros países, no ha desarrollado ni explotado esta tecnología pues las estructuras y políticas públicas todavía no son suficientes para su adopción y popularización.

Palabras clave: *Marketing, publicidad, automóviles eléctricos, avances tecnológicos, México.*

Abstract

This text attempts to decipher how truthful the advertising and marketing around electric cars is as a solution to mobility and environmental pollution. To do this, a historical review of the electric car is carried out and three in-depth interviews are carried out with two buyers of these products and an engineer specializing in the subject. It is important to highlight that Mexico, compared to other countries, has not developed or exploited this technology because public structures and policies are still not sufficient for its adoption and popularization.

Keywords: *Marketing, advertising, electric cars, technological advances, Mexico.*

Antecedentes Históricos

Si bien los carros eléctricos pudiesen parecer el gran invento del siglo XXI, lo cierto es que desde años atrás su investigación y desarrollo venía acercándose para crear diferentes vías en un mismo transporte.

En 1828, un hombre húngaro llamado Ányos Jedlik inventa el primer prototipo de motor eléctrico al mismo momento en que los motores impulsados por el petróleo salieran al mercado. Más tarde, en 1834 Thomas Davenport creó un dispositivo eléctrico similar que ocupaba una vía eléctrica para poder crear un impulso, similar al funcionamiento de los tranvías de 1890.

El siglo XX para Estados Unidos estuvo lleno de sorpresas. Automóviles eléctricos como los Fritchle o los Detroit Electric eran aquellos que, por su característico zumbido de motores, sus detalles más “lujosos”, la fama que tenían y sus precios elevados, daban un estatus mayor, y llegaban a robarse las miradas de los peatones.

La comercialización de los carros eléctricos comenzó en 1852, aunque son muy distintos a los cuales se tienen hoy en mente pues, los primeros prototipos no fueron lanzados con baterías recargables.

No fue hasta el siglo XIX que gracias a las invenciones de los franceses Gastón Planté y Camille Faure se hizo posible la implementación de las baterías recargables que propiciaron el auge del coche eléctrico, es decir, que por primera vez se empezaban a ver luces de la popularidad tan grande que sería introducir este tipo de coches. (Murias, 2019)

Desarrollo

Ahora bien, ¿por qué hablamos de su pasado inclusive abarcando lugares que no pertenecen a México? Es importante hacer hincapié en el pasado pues desde el primer momento en el que el concepto se muestra al público podemos intuir por donde podría ir la marea de popularidad y los avances que se han registrado. O, en otras palabras, el mercado y las críticas hacia este invento deben considerarse sin importar el paso de los años, pues el interés está en saber cómo se ha estado vendiendo el concepto desde sus inicios hasta la actualidad.

El instrumento de control no es otro sino el famoso –marketing– que engloba todas las técnicas y estudios que se aprovechan para mejorar la comercialización de un producto o servicio, en el cual el control se ejerce a corto plazo, pues estamos inundados de publicidad que a pesar de que la mayoría es ignorada, cuando una llega a adentrarse en nuestra cabeza puede llegar a influir bastante en la toma de decisiones.

Hasta aquí, lo dicho parece una letanía, una advertencia que siempre escuchamos, pero, más tarde se vuelve un problema cuando nosotros nos volvemos un consumidor el cual fue afectado por productos o servicios que se vendieron como algo más y resultaron ser poco eficientes o inclusive hasta inútiles.

De lo que se trata hacer hincapié es que la publicidad y el marketing pueden reflejar un cambio social o incluso ser ese cambio, muchísimo antes de que la mayoría se da cuenta. Es simple, si las ventas bajan o deben subir es por consecuencia de los consumidores, y aquí es donde entran los publicistas, encargados de vender ideas que cubren soluciones que a veces no siempre surgen de problemas reales o están evidentemente alteradas para sonar más atractivas.

Si estudiáramos a fondo este caso desde sus inicios, ¿cómo podríamos saber que tan veraz es la publicidad entorno a los carros eléctricos? Es decir, ¿será que cuando hay una ganancia de por medio las industrias modifican la realidad para poder vendernos de mejor manera sus productos?

Pues bien, para poder contestar a las incógnitas de honestidad y veracidad en la publicidad tendríamos que repasar cuál y cómo es la técnica de vendimia, el recibimiento y comparar lo que se nos presenta con la realidad.

Este trabajo busca realizar una investigación profunda que lleve a comprender si la publicidad que gira en torno a los carros eléctricos realmente es honesta, es decir, si esta compra realmente ayuda al medio ambiente y cumple los demás objetivos que promete, pues, de lo contrario, estaríamos hablando de que las empresas, y la competencia de cada una, generan campañas con estrategias basadas en un marketing engañosos que exagera los beneficios de las “nuevas tecnologías eléctricas” y no los cumple.

A) Contaminación

Para poder hablar de un carro eléctrico, debemos de conocer el principal impulso que hace que estas tecnologías sean apoyadas. El CO₂ (Dióxido de carbono) es de los gases invernadero más presentes cuando de problemas ambientales se habla. En el año 2017 representó aproximadamente el 81,6% de todas las emisiones de gases de efecto invernadero en EE. UU. a raíz de las actividades del ser humano (EPA, s.f.).

Para cualquier ser vivo del planeta estas emisiones resultan ser altamente peligrosas pues son una de las principales causas del calentamiento global, una desgracia que provoca que la temperatura media se disuelva, una problemática que se vuelve cada vez más grave por su persistencia.

B) Autos Eléctricos

Aquí es donde llega la solución a estos problemas: El carro eléctrico. Pero ¿en qué consiste este tipo de vehículos? Se tratan de vehículos impulsados por motores que son totalmente eléctricos cuya energía proporcionada es aquella que almacenan en su batería. A diferencia de los autos tradicionales, aquí solo se necesita una estación de carga, electricidad y un cable para poder cargarlos y, una vez llegado al tope, el usuario puede disfrutar de manejar hacia su destino de “manera moderna”.

Este tipo de automóviles generan, inclusive, distintas fichas o marcas que puedes colocar para así demostrar que se trata de un vehículo 0% contaminante en emisiones. Y no solo eso, en algunos países se les da preferencia en ciertos aspectos, como tener descuento en tarifas u ocupar carriles exclusivos. Todo esto con el fin de que cada vez más gente se sume a esta iniciativa.

Los beneficios son claros, podríamos reducir aquel contaminante y viajar de una manera más innovadora porque no se necesita de la quema de ningún combustible, sin embargo, no se toman en cuenta diversos factores que quizás podrían desequilibrar la balanza, desde situaciones realmente importantes como el consumo y producción excesiva de energía para la alimentación eléctrica de estos vehículos, hasta lo más absurdo como que en México hay pocas estaciones de carga a diferencia de otros países, lo que dificulta el uso a sus exclusivos compradores.

La mayoría de las personas que adquieren un vehículo, por lo general toman en cuenta dos datos: el diseño y el consumo de gasolina (el lado económico) y, generalmente, no se ponen a buscar más a fondo del modelo. Lo mismo sucede con los carros eléctricos, la mayoría de la gente solo investiga la superficie del tema y realmente no se pone a preguntar si está tomando una decisión adecuada por datos respaldados o solo por publicidad.

C) Publicidad y Marketing

Para comprender el marketing y la publicidad desde distintos enfoques se revisarán algunos conceptos compartidos de diversos medios digitales y por autores que encajen de manera perfecta como Ottto Kleppner, reconocido por sus grandes estudios de análisis de publicidad y su impacto en las masas, además, explicaba que el marketing se dividía en varias ramas, encontrándonos con tipos, “para consumidores”, “para negocios” y “para servicios” (Russell et al., 2005).

Diseñados para ser una solución contra el CO2 pues al no emitir gases no habría ningún problema para el medio ambiente. Esta cualidad tan positiva se debe a que, como su nombre lo dice, su punto de partida es la electricidad y, esta se obtiene a través de medios conocidos como “renovables” dentro de los cuales está la energía solar (Dans, 2018). El discurso hasta este punto es más que positivo, sin embargo, hace falta de mencionar, como es que el fabricante consigue que esto sea posible y de ser así, entonces ¿no tiene ninguna fase negativa su desarrollo? Para ello, primero se debería de estudiar cómo es que el mercado, en este caso el mexicano, percibe este tipo de tecnologías.

El marketing que gira en torno a los productos es punto clave para saber si se convertirá en un éxito o en un fracaso más. Los carros eléctricos, por lo menos en nuestro país, casi no aparecen en publicidad oficial de las diferentes marcas.

Un ejemplo en concreto lo tenemos con el primer comercial de estos modelos, haciéndose presente en 1906, en una tienda de Fritchle en Denve, para ese momento no se presentaron medios importantes o que acapararan demasiadas notas, pero aun así fue una noticia que dejó hablando a varios de los espectadores y que corrió de boca en boca (Murias, 2019), pues era algo nuevo, atractivo e innovador y, parece que al día de hoy seguimos viéndolo de la misma manera pues este tipo de tecnologías no se han llegado a pulir del todo.

Desgraciadamente, es probable que nuestro país no esté preparado aún para abrazar este tipo de tecnología, actualmente, el apoyo que da este país a los automóviles eléctricos es poco, no hay grandes incentivos gubernamentales como en otros países, y comprar uno de estos de vehículos, es mucho más costoso que uno de combustión, por eso mismo, las empresas automotrices no le dan prioridad a su publicidad ni comercialización.

Metodología

Para poder obtener un punto de vista más amplio de lo anteriormente citado, se realizaron, por una parte, entrevistas a dos compradores recientes de un carro eléctrico y, por otro lado, a un ingeniero especializado en el ámbito de refacciones (piezas automotrices) con el fin de conocer diferentes perspectivas del tema, desde el que trabaja para la empresa hasta el que compra de ella.

Las entrevistas a los compradores fueron realizadas con las mismas preguntas para poder comparar las respuestas.

El señor Iván fue el primer encuestado para este trabajo. Él inicia describiéndonos que utiliza el vehículo Nissan Leaf para paseos familiares largos, algo más pesado o que exige más rendimiento, pues busca sacarle el mayor provecho.

1. ¿A través de que medio se enteró de la existencia del vehículo?

R= Por redes sociales, lo cierto es que hace ya bastante tiempo habían resonado y resonado por mi cabeza los problemas de contaminación que generan los vehículos, por lo cual, tras hablarlo con mi agente de venta llegamos a la respuesta de que, si lo que buscaba era mover a mi familia de manera cómoda y generando una diferencia en la saturada ciudad de México, lo más conveniente era decidirme por un modelo eléctrico. Para mí esa opinión bastó y a los pocos días ya tenía mi modelo.

2. ¿Cuánta información le ofreció la agencia antes de conseguir el automóvil?

R= No fueron muy extensos, aunque eso sí, jamás me negaron especificaciones generales y demás datos que suelen darse al comprar. Por lo general, evito los tecnicismos y fue difícil entender al vendedor, pero aun así la información fue suficiente.

3. ¿Indagó más al respecto en cuanto a componentes o fabricación?

R= La verdad es que sí, tuve varias oportunidades de ver mi modelo a través de los sitios web, pero de la misma página de agencia. No soy mucho de videos o leer artículos, creo que con lo que se brinda en la web y en el proceso de compra fue más que suficiente. Para mí, lo demás viene de sobra pues es evidente que no rendirá de la misma manera el carro por los distintos usos que se le dan.

4. ¿Usted adquirió el automóvil por la problemática ambiental o únicamente por el gusto a un salto más “innovador”?

R= Por ambas cosas, claro que uno siempre quiere tener lo último en tecnología, pero sabiendo que, al final del día también estas realizando una pequeña aportación en una actividad que resulta ser tan contaminante como importante, o por lo menos así lo vemos mi familia y yo.

5. ¿Cuáles han sido sus mayores ventajas o cambios notables respecto al producto? Es decir, ¿se cumplen los beneficios que pudo observar en el sitio web, redes sociales y publicidad en general?

R= Así como en todo, este carro no solo tiene ventajas, sino que también sus propias desventajas. Puedo decirte que, por la parte económica, claro que nos representa un gasto menor, pero supone una carga más pesada que a la larga se vuelve tediosa. Las autopistas urbanas sí que brindan bastantes beneficios también en cuanto a descuentos, pero lo cierto es que, desde antes, este modelo de recompensa ya lo tenían los autos híbridos, autos como el anterior que tenía.

6. Fuera de su compra, ¿ha escuchado de alguna otra marca de carros, un comercial o campaña para comprar automóviles eléctricos? ¿Qué piensa de estos?

R= Sí, JAC o Tesla son de las marcas que siempre salen presumiendo sus avances en este ámbito, la verdad no me anime a probar ninguno pues mi Nissan Leaf bastó desde el primer momento. En cuanto a campañas o comerciales la verdad no, solo por fotografías en redes sociales de portales externos a la marca. Quizá aun no salgan mucho a la luz pues aún no es algo que esté totalmente aceptado, por decir lo menos.

Por otro lado, el señor Ulises utiliza un MINI Electric, únicamente para paseos dentro de la ciudad, algo que no conlleve largos recorridos y se reduzca más a actividades diarias como las compras.

1. ¿A través de qué medio se enteró de la existencia del vehículo?

R= Del aparador de la agencia de MINI Cooper. La familia siempre ha sido de estar pegados a las marcas MINI o BMW. En alguna de mis vueltas por la agencia acompañando a un sobrino, se encontraba en exhibición el modelo MINI Electric, una trabajadora de ahí nos lo empezó a enseñar y algunos meses después cerramos compra. Pero fuera de las agencias jamás había escuchado del modelo y su lanzamiento temprano, lo más cercano que había visto en algunas fotos de redes sociales de la página era el lanzamiento del i3 de BMW.

2. ¿Cuánta información le ofreció la agencia antes de conseguir el automóvil?

R= Como siempre la marca brinda una atención satisfactoria, al nivel de calidad de sus productos, no tengo nada de que quejarme pues desde el primer momento se me explicó de pies a cabeza cómo es que funcionaba y se mantenía en el camino. Inclusive acabé atiborrado de papeles.

3. ¿Indagó más al respecto en cuanto a componentes o fabricación?

R= No, para mí siempre ha bastado con solo leer especificaciones que la misma agencia te da al inicio de los tramites o de pedir información.

4. ¿Usted adquirió el automóvil por la problemática o únicamente por el gusto a un salto más “innovador”?

R= Ninguna de las dos, lo adquirí pues es una opción más barata contra la gasolina. Si te soy sincero, claro que soy consciente de las alertas globales, pero no me meto en terrenos de los cuales sé que llevo un tropezón por no saber del tema.

5. ¿Cuáles han sido sus mayores ventajas o cambios notables respecto al producto? Es decir, ¿se cumplen los beneficios que pudo observar en el sitio web, redes sociales y publicidad en general?

R= Como dije anteriormente, es más barato que el combustible, para alrededor de 100km ocupa tan solo tres cargas que dejan en ridículo a la gasolina si lo comparáramos, pero es una friega cargar este tipo de vehículos pues sus cargas son tan tardadas que quizá no sirvan para todas las ocasiones, y peor aún, sabiendo que mi módulo de carga solo se encuentra en casa, porque no veo puntos de carga a lo largo de la ciudad.

6. Fuera de su compra, ¿ha escuchado de alguna otra marca de carros un comercial o campaña para comprar automóviles eléctricos? ¿Qué piensa de estos?

R= Tesla, sobre todo en los documentales de YouTube que hay por internet, pero jamás he visto un comercial completo como si lo hago con los demás modelos. Quizá sí me sale publicidad o spam en algunas páginas web que visito por mi historial, pero jamás he visto un comercial formal pasando por la tele.

Por último, se entrevistó al ingeniero Brandon, trabajador en el área de refaccionaria con una enorme pasión por los automóviles.

1. ¿En qué se especializa ingeniero?

R= Que tal, buenas tardes. Soy el ingeniero Brandon, actualmente especializado en la fabricación de las refacciones automotrices que se envían posteriormente a toda la República Mexicana.

2. ¿Ha aumentado la fabricación de piezas para coches eléctricos?

R= Hoy en día casi no, la verdad es que los vehículos que poseen este tipo de tecnologías son muy contados, más que nada por el costo que los hace poco accesibles, llegando a un bajo mercado. México, a diferencia de los demás países no parece estar muy metido por ahora en el uso de los automóviles eléctricos.

3. ¿Cuáles son las mayores diferencias entre un automóvil de combustible y uno eléctrico?

R= La mayor diferencia recae en cómo están contruidos, en los autos tradicionales encontramos el impulso del ciclo de combustión de diésel o gasolina, el cual a través de la energía térmica mueve un pistón que es transmitido a la caja de ruedas y, por otro lado, los carros eléctricos los mueve la batería que se recarga con energía eléctrica.

4. ¿Cuáles son las mayores ventajas de un carro eléctrico?

R= Hablando únicamente de México, la verdad no considero que haya una mejora notable. No es conveniente porque, como comentaba, los costos son demasiado altos, inclusive llegando a encontrar precios el doble de lo normal, además de que, a diferencia de otros países, nosotros no contamos con demasiados puntos de carga en los cuales nos podamos apoyar, y si a eso le sumas un corto desplazamiento entonces el problema es aún más grande.

Quizá, en países de primer mundo o más desarrollados como Noruega, sí se tengan mayores ventajas porque en ese tipo de lugares el concepto está mejor implementado, pero en México, por ahora no.

5. ¿Encuentra realmente conveniente el salto de los coches tradicionales a los eléctricos?

R= Para nada, aun no es conveniente por el bajo tiempo que llevan en el mercado. Por ahora, sería mejor mantener los tradicionales pues son más confiables y menos costosos tomando en cuenta el poder adquisitivo de una familia, pues el salario promedio nacional se encuentra como una gran limitante. Se necesita más tiempo para mejorar la infraestructura y poder llegar a ser similares a otros países, los cuales por poder económico sí que se pueden permitir trabajar más en tecnologías como estas.

6. ¿Qué marcas considera que son las más innovadoras en cuanto a los automóviles eléctricos?

R= Las más sonadas como Tesla o Volkswagen, por lo regular en otros países sí que hay una variedad en donde se cran batallas de rango de kilometraje y reúso de las baterías, porque ese es otro tema, ¿qué se supone que se hace cuando una deja de servir?

Siempre se están buscando nuevas tecnologías que disminuyan el impacto en el ambiente. Un ejemplo que hace poco leí, era de como en Europa ya se venía hablando que en un futuro se prohibirá la circulación de vehículos de combustión interna.

Algunas marcas destacan más que otras, por ejemplo, Tesla lleva la delantera por una clara diferencia, pues los carros de esta marca pueden llegar a alcanzar los 400km/h por cada carga, aparte de ofrecer funciones extras como manejarse y estacionarse solos.

7. ¿Cómo ve el consumo de estas piezas dentro de México ante los demás países? ¿Se cumple las expectativas de la empresa?

R= Para ser sinceros, las piezas entre un coche de combustible y uno eléctrico son muy parecidas, demasiado similares. Si el país aún no se decide por apoyar enteramente estas tecnologías es difícil que haya una verdadera subida de los vehículos en los mercados. Por ahora puedo decir que nosotros como empresa nos vamos preparando.

8. Desde la parte refaccionaria, ¿cuáles son los mayores retos a los que se encuentra un comprador de este tipo de automóviles?

R= La mayoría de los compradores se tratan de gente con altos recursos que más allá de explorar la innovación lo hacen por el “boom” del tema, por poder tener un estatus diferente y no por verdadero conocimiento del tema, sino más bien el saber que se pueden permitir hacer una compra de estos vehículos.

Para mejorar la situación, necesitamos un impulso del gobierno para que se preste más a apoyar con información y crear acciones que motiven inclusive hasta de una manera económica.

Por ejemplo, cuando los carros híbridos se hicieron presentes gozaban de algunos descuentos que a final de cuentas incentivaban su compra y eso dio mayor crecimiento al mercado.

9. Con la dependencia de otros mercados, ¿la marca de automóviles puede estar segura de ofrecer la certificación y garantía para los consumidores?

R= Sí, la calidad siempre se va a mantener, siempre será la misma pues todos son fabricados en el mismo lugar para después ser exportados a diferentes países, por ejemplo, Tesla fabrica en California y a partir de eso los lleva a todos los países, sin embargo, sí que podría llegar a haber una duda en la calidad de la corriente pues la energía eléctrica varía de país en país y puede que la nuestra no sea la óptima.

10. ¿Ha escuchado algún comercial o campaña para comprar automóviles eléctricos? ¿Qué piensa de estos?

R= Los comerciales de carros eléctricos realmente son bajos, casi nunca se pueden apreciar, pero los que en su mayoría si he visto son los híbridos o aquellos que se basan en nuevas tecnologías, pero es muy claro que, si requieres de información, debes de ser un conocedor del tema pues en algunas ocasiones la información es ambigua, hay muchos conceptos que debes saber antes de intentar investigar.

Resultados

Como se pudo comprobar con base a las respuestas obtenidas en las tres entrevistas, ambas perspectivas (comprador y especialista) son totalmente distintas. Por un lado, tenemos a los compradores los cuales únicamente toman la información base que se les da conforme a los trípticos y pequeñas guías mostradas en agencia, pero más allá de eso no hay una verdadera intención por realizar una investigación, ni antes ni durante ni posterior a su compra, tanto es así que ninguno de los dos compradores pudo llevar las respuestas a las áreas técnicas más allá de las relaciones de kilometraje y carga de batería. Y, por otro lado, tenemos al ingeniero, el cual gracias a su trabajo y sus conocimientos se ha podido ver más informado en este tema.

Analizando las marcas que salieron mencionadas en las entrevistas y hasta 2023, fecha de realización de esta investigación, Tesla se encuentra con 4 modelos totalmente eléctricos (Modelos 3, Y, S, X) además de estar desarrollando dos nuevos y polémicos modelos anteriormente presentados en sus eventos: Cybertruck y Semi. Estos modelos de Tesla se encargan de ser diseñados con baterías de iones de litio y motores eléctricos que tienen autonomías que pasan los 400 kilómetros, mostrando en su sitio web que son los líderes a nivel mundial en fabricación de coches eléctricos en todo el mundo. Sin embargo, cuando Tesla se cuelga la bandera de la vanguardia tecnológica, se le olvida mencionar que este tipo de baterías contaminan muchísimo más en su fase de fabricación que los clásicos motores de combustión interna, pero ¿de dónde viene esto? De la misma extracción de los materiales como el litio y la energía gastada en la fabricación. Según el artículo *Life-cycle greenhouse gas emissions of electric vehicles* (Jacobson et al., 2022), está comprobado que un coche eléctrico emite alrededor de 20 toneladas de dióxido de carbono en su fabricación que es equivalente a dos años de uso de un carro de combustión. Y todo esto solo contando las baterías, ya que el motor eléctrico, aunque menos contaminante, sigue generando sus propias toneladas de dióxido de carbono.

A la larga resultan ser un beneficio para el comprador pues el uso de gasolina es mucho más costoso, desgraciadamente, seguimos sin estar preparados para un cambio desde el punto de partida, la información/desinformación.

Es muy entendible la postura de los compradores. La automovilidad, desde la presencia de los problemas evidentes de cambio climático se ha vuelto uno de los temas más trascendentales y por ende, miles de personas se decantan por carros que prometen el cambio, pero, aun así, falta bastante trabajo por hacer, empezando por políticas públicas que realmente encaminen la movilidad eléctrica como una opción rentable, que de primera vista sea económicamente viable, y que al elegir este tipo de energías realmente se sienta que el consumo de esta nueva tecnología se esté aprovechando.

Es evidente que temas como estos son bastante tardados porque suponen una verdadera revolución tecnológica imposible de apresurar, pero lo cierto es que, para los problemas ambientales, siempre debemos de tener opciones a la mano en caso de fallar y, empezar a adaptar este tipo de tecnologías a México es vital, como en otros países los cuales ya han vuelto más accesibles la compra de estos vehículos.

Conclusión

Por todo lo anteriormente dicho, podemos sacar algunas conclusiones importantes. La primera de ellas es que la información que llegan a ofrecer las marcas que comercializan vehículos eléctricos sobre el cuidado ambiental, no puede ser la misma ni en imagen ni en cantidad como la que se transmite en otros lugares, pues México tiene diferentes condiciones y necesidades en sus compradores.

La segunda es que, si bien, afortunadamente su marketing no cae en lo que se conoce como una falacia, lo cierto es que, sí se puede catalogar como una –verdad a medias–, pues omitir datos tan importantes como la falta de apoyo en las zonas de carga o la contaminación que genera la fabricación de las baterías de este tipo de vehículos, siguen siendo problemáticas por resolver.

La construcción de este texto se hizo con el fin de hacer comprender que muchas de las veces hace falta de más información que nos abra a entender que hay más realidades que las que ambiguamente se nos presentan en los medios publicitarios.

Esto puede quedar bastante claro pues a través de las investigaciones y los diversos instrumentos ocupados podemos llegar a la conclusión de que la verdad se parte en varios fragmentos y algunos son más evidentes que otros, pero es no quiere decir que asomarse a ver una parte de la situación nos haga entender toda la realidad.

En general, se tienen visiones muy erradas a cerca de las nuevas tecnologías automotrices y es normal, a veces pasa tan rápido que cuesta ponerse a pensar sobre ello, a veces simplemente es en exceso de información confusa.

Las personas no somos o decidimos de manera racional, sino que, en el mayor de los casos, es la parte emocional la que conduce las decisiones. Es por ello por lo que, cuando una idea nos pinta como consumidores más “atractivos” y conscientes de un cambio (en este caso el climático), la mayoría de las personas embellecen esta solución y acaban tomándola sin dar mucha investigación al tema.

Las ideas y las imágenes venden productos, el estatus a final de cuentas sirve como uno de los principales impulsores y si no empezamos a cambiar el ego por la información, quizá debamos de acostumbrarnos a ser víctimas de la información a medias o falsa.

Así que, en tercer lugar, para combatir este tipo de publicidad que no dice las cosas de manera concreta. La principal propuesta sería la búsqueda de información fidedigna y confiable.

No es ninguna mentira que la desinformación se trata de un problema muy grave y más en temas de automóviles en un país como es México, por lo cual, mientras más sinceras y específicas se vuelvan las maneras de presentar las nuevas tecnologías, más rápido se empezará a terminar este problema, aunque queda en manos del consumidor saber de dónde basarse para llevar a cabo una compra inteligente.

Por último, cabe aclarar que tanto la investigación como el desarrollo de las áreas eléctricas contra la contaminación automotriz siguen en marcha, y es muy probable que, a lo largo del tiempo y a través de juzgar los errores, creemos un camino menos contaminante y más benéfico para los compradores en el futuro.

Referencias

- Dans, E. (2 de julio de 2018). Vehículos eléctricos y desinformación. [Página Web] *ED Enrique Dans*. <https://www.enriquedans.com/2018/07/vehiculos-electricos-y-desinformacion.html>
- EPA (s.f.) Emisiones de Dióxido de Carbono. [Página Web] *EPA Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos*. [https://espanol.epa.gov/la-energia-y-el-medioambiente/emisiones-de-dioxido-de-carbono#:~:text=El%20dióxido%20de%20carbono%20\(CO,UU](https://espanol.epa.gov/la-energia-y-el-medioambiente/emisiones-de-dioxido-de-carbono#:~:text=El%20dióxido%20de%20carbono%20(CO,UU).
- Jacobson, M. Z.; Delucchi, M. A.; Bazouin, G.; Mathiesen, B. V.; Hedenus, F. & Williams, J. R. (2022). Life-cycle greenhouse gas emissions of electric vehicles: A comprehensive assessment. *Nature Climate Change*, 12(1), pp. 236-242.
- Murias D. (12 de marzo de 2019). Historia de los coches eléctricos. [Página Web] *Motorspasion*. <https://www.motorspasion.com/coches-hibridos-alternativos/historia-de-los-coches-electricos>
- Russell, T.; Lane, R. & Whitehill, K. (2005) *Kleppner Publicidad*. Decimosexta edición. Pearson Educación.

Copyright (c) 2023 Fabián Baruch Gómez Maldonado



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Usted es libre de:

1) Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. 2) Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de: Atribución — Usted debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.

[ResumenDeLicencia](#)

[TextoCompletoDeLicencia](#)

HUELLA
DE LA PALABRA

3

Ensayos de filosofía



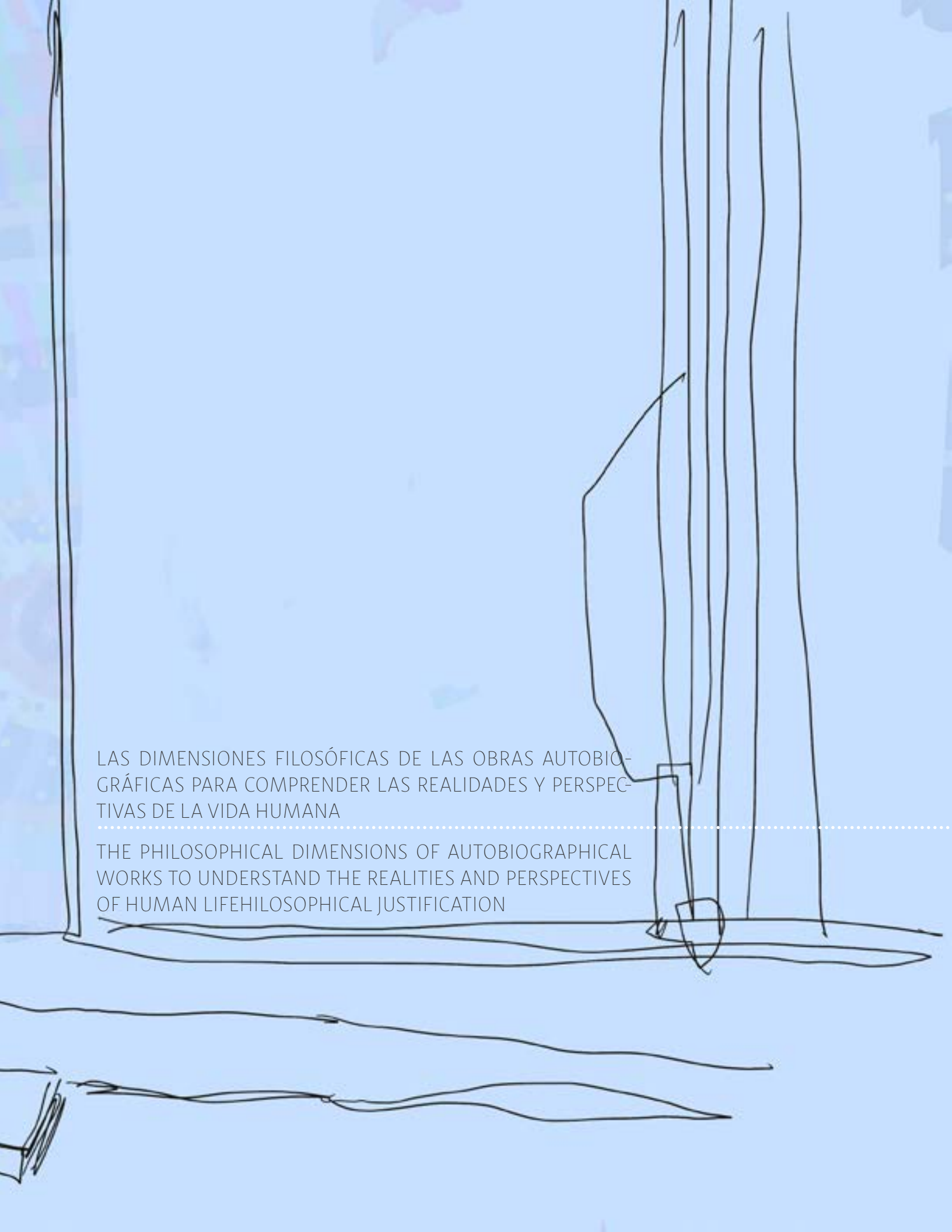
Ensayos de filosofía



Ensayos de filosofía







LAS DIMENSIONES FILOSÓFICAS DE LAS OBRAS AUTOBIOGRÁFICAS PARA COMPRENDER LAS REALIDADES Y PERSPECTIVAS DE LA VIDA HUMANA

THE PHILOSOPHICAL DIMENSIONS OF AUTOBIOGRAPHICAL WORKS TO UNDERSTAND THE REALITIES AND PERSPECTIVES OF HUMAN LIFEHILOSOPHICAL JUSTIFICATION

LAS DIMENSIONES FILOSÓFICAS DE LAS OBRAS AUTOBIOGRÁFICAS PARA COMPRENDER LAS REALIDADES Y PERSPECTIVAS DE LA VIDA HUMANA

THE PHILOSOPHICAL DIMENSIONS OF AUTOBIOGRAPHICAL WORKS TO UNDERSTAND THE REALITIES AND PERSPECTIVES OF HUMAN LIFE- HILOSOPHICAL JUSTIFICATION

Andrea Saine Espejel Camargo

Notas sobre la autora:

Estudiante de Bachillerato en el CBTis No. 8 "Humberto Cuevas Villegas". Ganadora del primer lugar en el Concurso Interinstitucional de Ensayo Filosófico USLAP llevado a cabo en junio de 2023.

Esta investigación fue financiada con recursos de la autora. La autora no tiene ningún conflicto de interés al haber hecho esta investigación.

Remita cualquier duda sobre este artículo al siguiente correo electrónico: sainespejel@gmail.com

Recibido: 01/08/2023 Corregido: 01/09/2023 Aceptado: 15/09/2023



Resumen

El presente ensayo, ganador del primer lugar del Concurso Interinstitucional de Ensayo Filosófico ULSAP 2023, explora algunas obras autobiográficas, obras reconocidas de la literatura clásica, con las que intenta comparar el quehacer filosófico de la búsqueda de la razón y el autoconocimiento.

Palabras clave: *Filosofía, autoconocimiento, literatura clásica, autobiografía, reflexión..*

Abstract

This essay, winner of first place in the ULSAP 2023 Interinstitutional Philosophical Essay Contest, explores some autobiographical works, recognized works of classical literature, with which it attempts to compare the philosophical task of the search for reason and self-knowledge..

Keywords: *Philosophy, self-knowledge, classic literature, autobiography, reflection.*

Antes de Gutenberg el conocimiento y el acceso a las historias del imaginario humano de esa época se encontraban secuestradas, la no materialización de la palabra impedía que la sociedad accediera a los adentros de grandes pensadores. Al no contar con los medios gráficos y visuales me pregunto: ¿de qué se hablaba entonces en esa época? A lo que mi respuesta, por sencilla que parece, vislumbra la raíz de este ensayo: de nosotros, ¿que otro tema podría ser más importante en las calles y comunidades? El día a día, lo cotidiano, los problemas, creencias, conocimientos, saberes, entre tantas situaciones más que a la fecha, no han cambiado.

Hablamos de nosotros con otros, construimos una narrativa mágica del evento más simple, nos encargamos de dotar a nuestras historias de sabores y sin sabores, las sazonomos a nuestro gusto y elocuencia. Las conversaciones son, sin duda, el don que nos permite humanizarnos.

En este sentido, aquello que pensamos, lo que queremos contar no siempre se oraliza, a veces se convierte en símbolo, en letra y papel. A mi parecer, no hay algo más liberador que plasmar nuestras ideas en papel, que muten a libros. Será por eso que la única diferencia entre “libre” y “libro” es solo una letra.

En este ensayo enfocaremos el valor del libro autobiográfico como guía al autococonocimiento y su relación con la filosofía. Para ello, habrá que recordar que, la experiencia es una ventana de acceso al mundo, observarla desde otro balcón diferente al nuestro nos ofrece no solo una perspectiva distinta, si no también tiene la bondad de encarnar las emociones más abstractas del autor.

Para dar lugar a la parte argumentativa y consolidar una postura, se parte del siguiente cuestionamiento: ¿Es la literatura autobiográfica una herramienta filosófica para conocernos a nosotros mismos?

El involucrarnos en la literatura autobiográfica nos lleva a conocer a diversos autores que usaron las hojas como un lienzo de sus experiencias, en los libros dentro de este género podemos relatar lo vivido, por ello, es que se le conoce como la literatura del “yo” de acuerdo a Paul Ricoeur en su texto “La identidad Narrativa”. Por su parte, Dorrieth Cohn considera que el valor de este tipo de obras depende del lector al atribuirle una característica funcional, histórica o ficcional. Desde estas perspectivas podemos clarificar la parte sustantiva de este tipo de obras.

Se infiere entonces, que la literatura autobiográfica se encuentra en los márgenes históricos y de ficción, y que su propósito, como lo menciona Wilhem Dilthey (1976), nos permite conocer esos “avatares” de la época del autor, las cosmovisiones y la superficie de las estructuras sociales, de ahí que estas obras sean históricas.

Otra de las perspectivas de este tipo de literatura la ofrece Gusdorf (1991) indicando que, desde un enfoque antropológico, este género tiene la capacidad de poder estudiar al autor y sus niveles de narcicismo y sistemas de creencias, al plantear en sus obras, la mejor versión de sí.

Para el escenario filosófico, que es el de interés de este ensayo, si bien la investigación arroja que en su mayoría no es la autobiografía un recurso filosófico, si parte de un sujeto “filosofante”. El conflicto de este género es garantizar que se acerca a un esquema que valore la razón, siendo esta el motivo de la Filosofía, y no en los panoramas pasados o futuros que puede emplear un escritor desde su punto de vista subjetivo como lo hacía saber Hegel (1988). Por lo tanto, se puede decir que este tipo de textos se encuentra “contaminado” por la subjetividad del autor como lo son sus angustias y obsesiones para desplazar a la “razón”.

Otro de los motivos que aleja a este género de la Filosofía es el lenguaje empleado que puede ser coloquial, que no exige algo formal, técnico o sofisticado en la palabra.

Además, tampoco tiene en sí un sentido lógico-argumentativo como lo considera la lógica.

Para abrir el abanico, se muestra de ejemplo *El laberinto de la Soledad* (1950) obra magna de Octavio Paz que refiere a eventos históricos y pone el dedo en la llaga sobre la situación económica-política y social, así como la constante crisis de conciencia que tenemos como mexicanos. Para su análisis, se pueden considerar dos vertientes, la primera como un apoyo para potenciar el autoconocimiento del mexicano y, la segunda, que no es en sentido estricto una obra alineada a la Filosofía.

El autoconocimiento implica contemplar todo aquello que nos compone y que nos hace ser lo que somos. Muchos autores han puesto de por medio su postura, como lo realiza Virginia Woolf en su obra *Momentos de Vida* (1976) donde nos narra su historia, desde la infancia hasta cuando paso por el despertar de su vocación, las palabras que usa dentro su libro nos terminan atrapando como lectores, “escuchar” cómo busca en la neblina de su pasado, nos abre los ojos en el sentido de cómo nos vamos convirtiendo en lo que somos, donde incluso nuestra propia familia crea ese reflejo en el espejo de nuestro interior. Bajo este breve, muy breve recuento de la obra de Virginia Woolf podemos señalar que podemos empatizar con su manera de ver el mundo, aunque no exija como tal un trabajo filosófico.

El autoconocimiento se ha ido plasmando en escrituras, en el templo de Delfos se lee “conócete a ti mismo”, estas cuatro palabras sumaban la importancia para el ser humano, se interpretaba como un saludo de “sabiduría” que dirigía el dios Apolo a sus visitantes, esa oración dentro del templo nos lleva de la mano a preguntas como: ¿Quién soy?, ¿Cuál es mi objetivo?, ¿A dónde voy?

Este tipo de preguntas son un laberinto que, llegando a su fin puede ser muy revelador, adentrarnos en el concepto de conocernos a nosotros mismos, da por entendido que como arcilla nos tenemos que definir, mientras las personas nos traspasan contemplando nuestra travesía de lo que observan a través de nosotros, ya que antes que cualquier cosa debemos comprendernos.

Dicho de otra manera, Platón nos dice que el conocimiento de uno mismo “se da mediante una proyección hacia el otro, a través de otra persona que abre un espacio apropiado de comprensión espiritual en el que puede reflejarse la individualidad de nuestro propio ser”, tal como un correo que pasa de un lado a otro, la base que tenemos de nosotros es lo que dicen los demás, como nos ven los demás.

Por propias palabras jugamos al teléfono descompuesto tratando de entender y encontrar la percepción que tienen los demás de nosotros o nosotros de los demás, curioso el hecho de que, para conocernos tenemos que escucharlo de alguien más, así saber el porqué de nuestro ser, pues conocernos se basa en el habla de los demás.

Otro ejemplo es *Memorias de Una Joven Formal* (1958) donde Simone de Beauvoir, habla sobre su familia y lo que ellos pensaban de algunas cosas lugares o situaciones, a partir de ello, se forjó por lo que veía o escuchaba, incluso en algunas partes cualquiera nos podemos identificar. De la misma manera, tenemos la historia de Herman Hesse en *Demian* (1919), nos quita el suspirar, en lo personal, un sabor extraño pero satisfactorio, saber que sin importar qué, podemos elegir y crecer como personas, hace que nazcan las ganas de conocerse a uno mismo, los pasos a seguir, lo correcto o incorrecto de las acciones a tomar.

En este recorrido se puede concluir que, el género autobiográfico no considera elementos que lo cataloguen como una herramienta filosófica, pero sí puede acercarse o ser apoyo para la construcción de identidad de quien lo lee, ya que aborda directamente al estudio personal del autoconocimiento.

Es increíble como el ser humano puede explotar lo que siente mediante palabras, tanto que el efecto de lo relatado se vuelve realidad, el tener en cuenta que la mayor inspiración de los libros autobiográficos eres tú mismo, describiendo tu vida.

Nosotros nos podemos convertir en nuestro propio apoyo, para llegar al autoconocimiento, explorando primero nuestro mundo interno, mente, alma y cuerpo, sin olvidar que, para conocernos, necesitamos hablar, escuchar y ser escuchados.

Somos escritores de nuestra propia historia, nuestro mundo, de lo que somos, fuimos y seremos, junto con aquellos que piensan que la escritura es algo liberador, que no son simples palabras, que una historia es más que un libro, que eres tú, yo, los humanos plasmándonos en lo que parece ser un espacio en blanco.

Añadiendo, el ser humano tiene el poder de humanizarse mientras escucha y habla con otro igual; en este caso al leer a otras personas que pueden pensar igual o distinto, puesto que, lo que ante mis ojos es felicidad, para alguien más podría ser tristeza, todos interpretamos de distintas maneras, es lo que hace la diferencia en los libros autobiográficos, ninguno iguala al otro, nos brindan distintos conocimientos y lecciones.

En cualquier caso, cada persona, dependiendo de sus experiencias, se encierra en una burbuja sobre los “porqués” de cada aspecto que vivió diariamente, cada autor se conoció a su manera con un fin o quizás solo quisieron liberarse de la prisión de lo que no podían habl

Referencias

- Beauvoir, S. (1958). *Memorias de Una Joven Formal*. Edhasa.
- Dilthey, W. (1976). "Construction of the historical world". En H.P. Rickman (comp.) *Dilthey Select Writings*, pp. 213-235. Cambridge University Press.
- Gusdorf, G. (1991). Condiciones y límites de la autobiografía. *Suplementos Anthropos*, (29), pp. 9-17.
- Hesse, H. (1919). *Demian*. Colofón.
- Paz, O. (1950). *El Laberinto de la Soledad*. Fondo de Cultura Económica.
- Ricoeur, P. (2004). "El tiempo narrado" En. Ricoeur, P. (Agustín Neira [trad.]), *Tiempo y Narración. Configuración del tiempo en el relato histórico* (5ª ed.), pp. 155-161. Siglo XXI.

Copyright (c) 2023 Andrea Saine Espejel Camargo



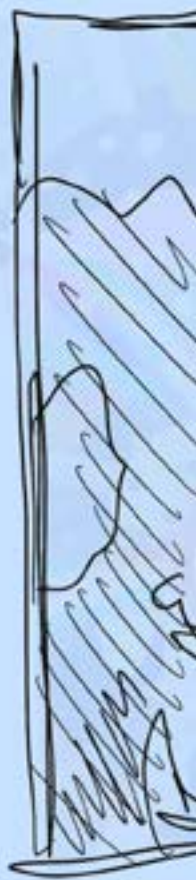
Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Usted es libre de:

1) Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. 2) Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de: Atribución — Usted debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.

[ResumenDeLicencia](#)

[TextoCompletoDeLicencia](#)





LA BÚSQUEDA DE SENTIDO EN UN MUNDO SIN CERTEZAS

THE SEARCH FOR MEANING IN A WORLD WITHOUT CERTAINTY

LA BÚSQUEDA DE SENTIDO EN UN MUNDO SIN CERTEZAS

THE SEARCH FOR MEANING IN A WORLD WITHOUT CERTAINTY

María José Zamudio Pineda

Notas sobre la autora:

Estudiante de Bachillerato en la Universidad La Salle Pachuca, Campus La Luz. Ganadora del segundo lugar en el Concurso Interinstitucional de Ensayo Filosófico ULSAP llevado a cabo en junio de 2023.

Esta investigación fue financiada con recursos de la autora. La autora no tiene ningún conflicto de interés al haber hecho esta investigación.

Remita cualquier duda sobre este artículo al siguiente correo electrónico: maria.zamudio@lasallep.mx

Recibido: 01/08/2023 Corregido: 01/09/2023 Aceptado: 15/09/2023



Resumen

El presente ensayo, ganador del segundo lugar del Concurso Interinstitucional de Ensayo Filosófico ULSAP 2023, analiza la película *El Show de Truman* (1998) para reflexionar sobre la vida cotidiana y lo que tenemos por realidad, cómo nos construimos como personas que habitan esa realidad y cómo podemos y debemos salir de ella y descubrir la verdad para vivir una vida plena.

Palabras clave: *Filosofía, análisis cinematográfico, El Show de Truman, realidad, verdad.*

Abstract

This essay, winner of second place in the ULSAP 2023 Interinstitutional Philosophical Essay Contest, analyzes the film *The Truman Show* (1998) to reflect on everyday life and what we consider reality, how we construct ourselves as people who inhabit that reality and how we can and should get out of it and discover the truth to live a full life.

Keywords: *Philosophy, film analysis, The Truman Show, reality, truth.*

La gran mayoría de las personas en la actualidad se han preguntado alguna vez si es que viven en una realidad falsa o si en su vida siempre han sido observados, nuestra experiencia del mundo es subjetiva y basada en la percepción. Es decir, nuestra percepción de la realidad es construida a partir de los estímulos sensoriales que recibimos y es interpretada por nuestro cerebro. Esto significa que siempre hay un margen de error en nuestra percepción y, por lo tanto, esto nos ha llevado a considerar la posibilidad de que lo que percibimos como realidad no sea necesariamente la verdad absoluta.

En el presente ensayo analizo la película *El Show de Truman* (1998) la cual se basa en el engaño de una realidad falsa, en la cual el protagonista posee una vida perfecta, sin embargo, su realidad es completamente fabricada, es controlada y manipulada por el equipo de producción de un programa de televisión que lleva su nombre. Al tener señales de que su vida puede ser una farsa conforme al desarrollo de la película, lo lleva a preguntarse si su realidad es artificial o manipulada, y con ello, comienza en la búsqueda de la verdad.

Algo que se observa en el protagonista es que, a pesar de tenerlo todo está insatisfecho y es algo que le puede ocurrir a muchas personas hoy en día, Jean-Paul Sartre lo interpretaba como la búsqueda de sentido, una tarea personal y subjetiva, para crear nuestro propio sentido de la vida, en la película se muestra cómo es que el protagonista empieza a sentir que le falta algo, aunque que él no sabía que todo el mundo observaba su vida desde un televisor, sentía la necesidad de descubrir algo, la vida de Truman en el reality era perfecta, a pesar de que toda su vida la había vivido con una rutina muy mecánica, él se sentía un vacío, ya que en la vida real la vida no es perfecta, tiene que existir naturalidad en ella.

El mito de la caverna de Platón retrata perfectamente lo que sucede en la película, Platón utiliza la imagen de prisioneros que están encadenados en una cueva y solo pueden ver sombras proyectadas en la pared del fondo, reflejando así que estas sombras son su única realidad conocida, ya que no han visto la luz del sol ni han experimentado el mundo exterior.

Platón creía que los sentidos no proporcionan un conocimiento confiable y verdadero del mundo que nos rodea. Según él, las cosas que percibimos a través de nuestros sentidos son solo sombras o imitaciones imperfectas de las verdaderas formas o ideas que existen en un mundo más allá de lo físico y lo sensible, él sostenía que solo podemos conocer la verdad a través de la razón y la contemplación de estas formas o ideas.

Esto es prácticamente lo que se relata en la película, ya que la verdadera realidad está más allá de lo que podemos percibir con nuestros sentidos físicos. En el mito, uno de los prisioneros es liberado y llevado a la superficie para experimentar la luz del sol y el mundo exterior. Al principio se siente desorientado y deslumbrado por la luz, pero poco a poco comienza a entender que su vida anterior en la cueva era solo una sombra de la realidad verdadera, como lo hace el protagonista de la película cuando descubre lo que en realidad estaba viviendo.

En la película se exponen muchísimos temas más relacionados a la Filosofía, como lo es la moralidad en los actores que interpretan a las personas más cercanas del protagonista y lo manipulan a lo largo de su vida, haciéndolo creer que lo aman o que tienen una relación cercana con él, ellos deciden engañarlo para su propio beneficio, mientras el protagonista vive en la ignorancia de su situación durante 30 años. Esto nos lleva a cuestionar si la manipulación y el control son éticos, incluso si se realizan con buenas intenciones.

Desde la perspectiva de Truman él es libre, pero está atrapado en un programa de televisión, las personas pueden llegar a identificarse con él, ya que nos preguntamos si en nuestra vida de verdad somos libres o vivimos bajo la esclavitud de un constructo social.

A lo largo de la película, el protagonista es reprimido por buscar la verdad que

hay más allá de la realidad que le fue impuesta, por lo que hay un momento en el que empieza a buscar algo más allá de su rutina de vida.

Tomás de Aquino nos habla sobre el libre albedrío, vivimos con la opción de elegir libremente nuestras acciones y decisiones, sin ser determinados por causas externas o internas. Sin embargo, también sostiene que la libertad humana no es absoluta, sino que está limitada por el entorno de las personas, la sociedad y por las circunstancias en las que se encuentra el ser humano.

Por otra parte, también resulta impactante que esta película retrata la manipulación de masas, ¿cómo es que los medios pueden apoderarse de la ignorancia de las masas para así manipularla de la forma que quieran? ¿Cómo es que todas las personas que veían el reality no pensaban en el bienestar de Truman, que toda su vida había sido engañado? ¿Cómo es que su moral y ética no los hacía percatarse que eso estaba mal? Y en la actualidad, también sucede muchas veces así, ya que bastante gente solo ve programas que incluyen violencia o problemas de otras personas y los disfrutan, sin cuestionarse si está bien o mal.

El Show de Truman es una película que plantea diversas cuestiones filosóficas y existenciales, como la libertad, la verdad y la identidad. Al final de la película, Truman logra escapar del mundo artificial en el que ha vivido toda su vida. Al hacerlo, toma la decisión de abandonar la seguridad y la comodidad de su mundo artificial y de enfrentarse a la incertidumbre y los peligros del mundo real. En este sentido, la película plantea la idea de que la libertad y la verdad son valores fundamentales que deben ser perseguidos, aunque a menudo sean difíciles y peligrosos de alcanzar. En conclusión, esta película plantea la naturaleza de la realidad y sobre cómo nuestras propias decisiones pueden afectar nuestra vida y nuestro sentido de la identidad.

Referencias

- Arrieta, E. (2021). Mito de la caverna de Platón: resumen, análisis y significado de la alegoría. [Blog] *Cultura Genial*. <https://www.culturagenial.com/es/mito-de-la-caverna-de-platon/>
- Fernández, F. (23 de abril de 2017). Sartre y el sentido de la vida. [Blog] *El Independiente de Granada*. <https://www.elindependientedegranada.es/blog/sartre-sentido-vida>
- Webdianoia. (s. f.). Fragmentos de obras de Tomás de Aquino. [Blog] *Webdianoia*. https://www.webdianoia.com/medieval/aquinate/textos/aquino_voluntad.htm
- Weir, P. (dir.). (1998). *El Show de Truman* [Película]. Scott Rudin Productions.

Copyright (c) 2023 María José Zamudio Pineda.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Usted es libre de:

- 1) Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato.
- 2) Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de: Atribución — Usted debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.

[ResumenDeLicencia](#)

[TextoCompletoDeLicencia](#)

LATINOAMÉRICA Y EL ROCK COMO SÍMBOLO DE RESISTENCIA
LATIN AMERICA AND ROCK AS A SYMBOL OF RESISTANCE





LATINOAMÉRICA Y EL ROCK COMO SÍMBOLO DE RESISTENCIA

LATIN AMERICA AND ROCK AS A SYMBOL OF RESISTANCE

Marijose Carbajal Márquez

Notas sobre la autora:

Estudiante de Bachillerato en la Universidad La Salle Pachuca, Campus La Luz. Ganadora del tercer lugar en el Concurso Interinstitucional de Ensayo Filosófico USLAP llevado a cabo en junio de 2023.

Esta investigación fue financiada con recursos de la autora. La autora no tiene ningún conflicto de interés al haber hecho esta investigación.

Remita cualquier duda sobre este artículo al siguiente correo electrónico: marijose.carbajal@lasallep.mx

Recibido: 01/08/2023 Corregido: 01/09/2023 Aceptado: 15/09/2023



Resumen

El presente ensayo, ganador del tercer lugar del Concurso Interinstitucional de Ensayo Filosófico USLAP 2023, hace una revisión histórica sobre la incursión del rock en Latinoamérica, la aversión que se le tenía en un inicio por lo controversial de sus letras y la lucha que influía entre sus escuchas hacía el poder y, de qué manera, ciñéndose a algunos postulados filosóficos de clásicos como los de Aristóteles, Platón o Maquiavelo, solo fue un movimiento que liberó a una sociedad oprimida.

Palabras clave: *Filosofía, rock, Lationamerica, ética, moral.*

Abstract

This essay, winner of third place in the USLAP 2023 Interinstitutional Philosophical Essay Contest, makes a historical review of the incursion of rock into Latin America, the aversion that was initially had to it due to the controversial nature of its lyrics, and the struggle that influenced between his listening to power and, in what way, sticking to some philosophical postulates of classics such as those of Aristotle, Plato or Machiavelli, it was only a movement that liberated an oppressed society.

Keywords: *Philosophy, rock, Latin American, ethics, morals.*

La música forma parte de la vida de muchas personas, por no decir que de todas. Más que un escape o una forma de entretenernos al hacernos bailar y cantar a todo pulmón, es algo con lo que podemos conectar a un nivel tan profundo y que todavía no soy capaz de entender. Por más que lea la parte de la psicología que nos explica cómo influye en nosotros y las reacciones de nuestro cerebro ante la melodía y la lírica, me sorprende el poder que tiene y la forma en la que puede ser parte importante de nuestra existencia y de la dirección que le vamos dando a nuestra vida. Es increíble la manera en la que la vamos adaptando a los cambios que tenemos como sociedad, así como también nosotros cambiamos ante ella. Platón decía que la música se inserta en nuestra alma y la transforma en algo positivo, para mí el mejor ejemplo es el rock latinoamericano.

El rock comenzó a sonar en países como México y Argentina, siendo traducciones de canciones en inglés a nuestro idioma y teniendo un estilo un poco más “formal” y que sí era aceptado por la sociedad de los años cincuenta. Cuando comenzaron a sonar Los Beatles y a surgir bandas con sonidos diferentes, pero dentro del mismo género, fue cuando los músicos latinos como Rubén Albarrán de Café Tacvba, decidieron tener su propia expresión, con letras que hablaran de su vida diaria y de lo que sucedía a su alrededor, sin saber que en un futuro serían satanizados por esto.

En el rock se ve reflejado un antes y un después en la historia de varios países latinoamericanos, pero en los que se pudo percibir mayor influencia de este fue en México, Argentina y Chile. Lo que estos tres tenían en común era la mano dura por parte del gobierno, las dictaduras y la alta moral de la sociedad. El rock salía totalmente de esto, pues buscaba libertad, una libertad interior como se describe en el documental *Rompan todo* (2020), que consistía en tener un despertar y en ayudar a más gente a tenerlo para que así todos pudieran ver y entender la realidad en la que vivían porque, aunque todos vivían una fuerte represión, el gobierno se encargaba de dar una imagen de perfección, nada estaba mal y no había más; la gente era esclava en cuerpos de “hombres libres”, como decía Aristóteles (Blohemia, 2020), y así le gustaba a los dictadores.

Por esas ganas de libertad y esa apertura que los caracteriza, fueron los jóvenes quienes adoptaron al rock y lo vieron como una herramienta para el cambio. Los diferentes movimientos sociales y estudiantiles le mostraron al gobierno que esta parte de la sociedad no se iba a quedar callada e iba a seguir protestando hasta realmente ser escuchados, por lo que “intentaron” eliminarla. Digo intentaron porque no pudieron, aquí en México tenemos como ejemplo que después de la matanza de Tlatelolco en 1968, por más que hayan matado, encarcelado o desaparecido a los líderes del movimiento, solo les dieron más razones a los estudiantes, y a los jóvenes en general, para resistir. El Festival de Avándaro (1971) y lo que pasó después, demostró el verdadero sentir del Estado; además de que las bandas de rock que participaron lograron juntar a más de 250,000 personas, hubo un momento clave en el cual el presidente se dio cuenta de que no podía dejar ser al rock por el poder que tenía: Peace and Love estaba tocando su canción “We got the power” y tenía a todo el público gritando “¡Tenemos el poder!”, cosa que no le convenía (Catolino, 2021).

A partir de lo de Avándaro, el gobierno se encargó de condenar completamente todo lo que giraba en torno al rock exagerando lo ocurrido en el festival. La rebeldía, el pelo largo, las drogas, las protestas y el amor libre estaban mal vistos y este género musical, prohibido.

¿Realmente al gobierno le importaba lo dañinas que pudieran ser esas conductas para el futuro del país? No, solo tenían miedo; miedo de que la población no se lo tuviera a ellos y hablara abiertamente sobre el rechazo que tenía ante su forma de gobernar, aun sabiendo las fuertes consecuencias.

El Estado en estos países iba de la mano, en parte, con lo que hablaba Hobbes acerca de instaurar un poder absoluto en el que el miedo impulsara un pacto de no agresión, pero creo que los hechos y Maquiavelo no están de acuerdo porque los medios que se utilizaron para meter ese miedo (represión en forma de matanzas, censura, etc.) fueron los que llevaron a los músicos y a los estudiantes a odiar a su gobierno y a aguantar juntos en la protesta; si realmente hubieran sentido miedo, tanto el rock como nuestra sociedad no estarían donde están ahorita.

Por otra parte, se hablaba desde lo moral acerca del movimiento por lo que implicaba y tomando en cuenta que vivimos en una cultura del “bien” que se basa en lo tradicional y la obediencia, los rockeros y sus seguidores eran de lo peor (Guerrero, 2022).

Sin embargo, yo no considero que hayan hecho mal en ningún momento, claro que dentro de este mundo había personas que caían en los excesos y eran bastante radicales, pero tanto los músicos como la gente que protestaba junto a ellos podían ver lo que pasaba en sus países y sabían exactamente las situaciones que debían ser cambiadas para que pudieran tener un futuro mejor.

Ante lo anterior tomo dos posturas, la primera sobre lo que dice Platón de que “el sabio no podrá ser malo, ya que el mal es fruto de la ignorancia” porque estas personas respondieron a lo que sabían que estaba mal, aunque los demás les dijeran lo contrario; y la segunda de Maquiavelo que, para no caer tanto en ese extremo del que hablo, nos dice que lo que hacemos no está ni bien ni mal, simplemente es y se va desarrollando conforme a lo que se quiere conseguir, por lo que haberlos juzgado y señalado de tal manera era absurdo y ellos mismos lo sabían. ¿Por qué permitir y proteger estas conductas cuando se trata de tu hijo, pero no cuando alguien más las está haciendo? Porque a él lo puedes controlar de cierta forma y saben que lo que sea que tire en las letras de sus canciones no va a ir tan contra suya; ese fue el caso de Díaz Ordaz y seguramente de los que le siguieron con conocidos que tenían. No querían que los hombres se cortaran el pelo o las mujeres se quedaran con su ropa puesta en festivales de música, querían que se quedaran callados, no tenía nada que ver con que si estaba bien o mal.

Al final, no le quedó más remedio al resto de la sociedad que abrirse al rock, al rock de irse convirtiendo en algo más serio y de transformarse de acuerdo con lo que se pedía, y al gobierno de parar su censura y ocultar de mejor manera su represión. Hubo acontecimientos, como el nulo apoyo del gobierno en el terremoto del '85 en México, que terminó de quitarle la venda de los ojos a todo el pueblo y despertó esa consciencia social.

Se buscaba música que ayudara a vivir y tuviera un mensaje, como decía el chileno Víctor Jara, y el rock llevaba haciendo eso desde los 60's así que se fortaleció. A la fecha, tiene el poder de mover a las masas y de hacerte reflexionar.

Como consecuencia de lo expuesto puedo decir que el rock es un símbolo de resistencia aquí en Latinoamérica. Además, de que alzó y sigue alzando la voz por las injusticias sociales, y de que fue parte importante de movimientos determinantes en la historia de los países, vino a traer fortaleza, a romper con el ideal de perfección, y a no permitirnos caer en la ignorancia, porque esta lucha por lo justo y por la libertad sigue y seguirá durante mucho tiempo, pero por lo menos, el rock nos da el ejemplo de que podemos aguantar y se ofrece como un arma en pro de que las cosas cambien.

Referencias

Bloghemia. (3 de mayo de 2020). El concepto de libertad, según los grandes filósofos. [Página web] *Bloghemia*. <https://www.bloghemia.com/2020/05/el-concepto-de-libertad-segun-los.html>

Catolino, S. M. (28 de abril de 2021). *La conexión entre la filosofía y la música*. [Página Web] *Filosofía en la red*. <https://filosofiaenlared.com/2021/04/la-conexion-entre-la-filosofia-y-la-musica/>

Entel, N.; Entel, I.; Talarico, P. & Santaolalla, G. (Productores ejecutivos). (2020). *Rompan todo: La historia del rock en América Latina* [Serie de televisión]. Red Creek Productions.

Guerrero, A. (5 de octubre de 2022). Un análisis profundo sobre la ética y la moral. [Página Web] *Filosofía&Co*. <https://filco.es/filosofia-moral-y-etica/>

Copyright (c) 2023 Marijose Carbajal Márquez.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](#)

Usted es libre de:

1) Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. 2) Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de: Atribución — Usted debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.

[ResumenDeLicencia](#)

[TextoCompletoDeLicencia](#)



HUELLA DE LA PALABRA



BLADE RUNNER: LA HUMANIDAD Y LA MÁQUINA BAJO LA LLUVIA
BLADE RUNNER: HUMANITY AND THE MACHINE UNDER THE RAIN

*BLADE RUNNER: LA HUMANIDAD Y
LA MÁQUINA BAJO LA LLUVIA*
*BLADE RUNNER: HUMANITY AND
THE MACHINE UNDER THE RAIN*

Hector Alonso Gaytán Padilla

Notas sobre el autor:

Estudiante de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad La Salle Pachuca, generación 2021-2025.

Esta investigación fue financiada con recursos del autor. El autor no tiene ningún conflicto de interés al haber hecho esta investigación.

Remita cualquier duda sobre este artículo al siguiente correo electrónico:

hagp0305@outlook.com

Recibido: 13/06/2023 Corregido: 25/09/2023 Aceptado: 01/10/2023



Copyright (c) 2023 Hector Alonso Gaytán Padilla.

Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Resumen

El presente texto es un análisis de caso del audiovisual *Blade Runner* (1982) como máximo exponente del género ciberpunk según los tratados que comparte Marcel Martin (2002) sobre el lenguaje cinematográfico. A partir de una revisión histórica del concepto que ha permeado varias esferas sociales y artísticas del ser humano, se llega a un análisis cinematográfico desde la semiótica, para concluir que no todas las películas que se dicen pertenecer al género explotan todos los elementos que el ciberpunk brinda, pero que la obra de Ridley Scott lo hace magistralmente.

Palabras clave: *Análisis de caso, Blade Runner, semiótica cinematográfica, lenguaje cinematográfico, ciberpunk.*

Abstract

This text is a case analysis of the audiovisual *Blade Runner* (1982) as the greatest exponent of the cyberpunk genre according to the treatises shared by Marcel Martin (2002) on cinematographic language. From a historical review of the concept that has permeated various social and artistic spheres of the human being, a cinematographic analysis from semiotics is carried out, to conclude that not all films that claim to belong to the genre exploit all the elements that cyberpunk provides, but Ridley Scott's work does it masterfully.

Keywords: *Case analysis, Blade Runner, cinematographic semiotics, cinematographic language, cyberpunk.*

Introducción

Uno de los géneros más destacados en la era posmoderna es el ciberpunk, el cual tuvo su esplendor en la década de los ochenta cuando la revolución tecnológica estaba volviéndose una norma y la juventud, tras los movimientos de los años setenta, seguían haciendo un grito de protesta en contra de los sistemas sociales establecidos. Como resultado, en la cultura popular se presentaron distopías tecnológicamente avanzadas, pero desorganizadas o apocalípticas: *Star Wars* (1977) de George Lucas, *RoboCop* (1987) de Paul Verhoeven, *Terminator* (1984) de James Cameron, entre otras, fueron referentes en el cine que mostraron los temores de la sociedad ante la tecnología y el papel del ser humano en el futuro, sin embargo, el autor que representa de mejor manera este género y sus implicaciones es Ridley Scott en su película *Blade Runner* (1983), haciendo uso de todos los recursos que ofrece el lenguaje cinematográfico desde la semiótica cinematográfica que expuso Marcel Martin en su libro *El Lenguaje Del Cine* (2002).

Marco Teórico

Durante los últimos años se han estrenado múltiples producciones que alardean pertenecer a la corriente del ciberpunk como, *Battle Angel* (2019) o *Ready Player One* (2018), por mencionar algunas, pero en el desarrollo de sus historias solo tocan de forma superficial el conflicto entre el hombre y la tecnología o simplemente toman prestada la estética neón característica del género. Pocos son los autores que, además de crear una ambientación, exploran o profundizan en el conflicto sin ser explícitos –entiéndase como sobreexposición en los diálogos de las películas– y usando la totalidad del lenguaje cinematográfico. Esto no es una generalidad pues existen obras como *Arcane* (2021) que lo hacen de una manera magistral, pero considero importante regresar a la primera que lo hizo de forma sutil y vasta: *Blade Runner* (1983) de Ridley Scott, por lo que a través de ella se mostrará cómo abordar de forma completa la ambientación y características propias del género ciberpunk.

Los conceptos y aplicaciones de la semiótica cinematográfica serán analizados con base en el libro *El Lenguaje del Cine* (2002) de Marcel Martin, el cual, entre otras cosas, se dedica a explicar todos los principios –no reglas– del lenguaje cinematográfico, desde la narrativa del cine hasta ámbitos técnicos como el área de la dirección de fotografía, todo a través de un relato sobre la historia del cine y cómo se han usado o destruido los principios del lenguaje para la experimentación y modificación del mismo.

Para Martin “el tamaño del plano (y su nombre) está determinado por la distancia entre la cámara y el sujeto y por la longitud focal del objetivo empleado” (2002). Por lo tanto, la elección de cada plano se da por la cantidad de información que se quiera mostrar y/o por su contenido dramático o ideológico (entre más cerrado, más dramático). En el libro se describen dos principales:

- El plano general: hace al personaje una silueta minúscula en un gran espacio que ocupa o presenta un espacio inmenso y expresa la soledad, impotencia, la integración de personajes a un paisaje.
- El primer plano: encapsula el rostro de un personaje en el encuadre o una visión cerrada de algún objeto y permite (excepto cuando es descriptivo) explorar los rostros y lograr que se lean en ellos los dramas más íntimos en las expresiones. (Martin, 2002, pp. 44-45)

Claro que hay muchos otros tamaños de planos como el gran general, conjunto, figura, americano, medio, medio corto, primerísimo primer y detalle, pero el libro no se detiene a explicar cada uno de ellos y se pueden intuir sus funciones dramáticas teniendo en cuenta que son los tamaños con intenciones dramáticas más contrarias (apertura e intimidad).

Dentro de este apartado también se mencionan los ángulos de cámara:

- Contrapicado: (el individuo es fotografiado de abajo hacia arriba) suele dar una impresión de superioridad, de exaltación y de triunfo
- Picado: (toma de arriba hacia abajo) suele empequeñecer al individuo, a aplastarlo moralmente dejándolo al nivel del suelo.
- Inclinado/holandés: puede tender a materializar ante los ojos de los espectadores una impresión que siente un personaje como un desequilibrio moral.
- Cenital: (apunta al suelo y es perpendicular a este): es utilizado para reflejar lo hermoso, también para mostrar lo diminuto de un objeto y/o persona.
- Nadir: (a ras de suelo apuntando al techo) contrario al cenital, engrandece al personaje o lo hace imponente. (Martin, 2002, pp. 47-49)

Además, profundiza en los movimientos de cámara y en sus usos:

- Travelling: desplazamiento de la cámara durante el cual permanece constante el ángulo y se subdivide en: vertical (arriba a abajo, abajo a arriba), hacia atrás, hacia adelante y lateral. Generalmente tienen una función de acompañamiento, descripción de espacios o personajes o alejamiento/acercamiento.
- Paneo/panorámica: consiste en una rotación de la cámara en torno de su eje vertical u horizontal (transversal), sin desplazamiento del aparato. Hay tres tipos descriptivas (explorar un espacio), expresivas (sugerir una sensación o una idea) y dramáticas (establecer relaciones espaciales, ya entre un individuo que mira y la escena o el objeto mirados)
- Tilt: es el movimiento vertical que hace la cámara en torno a su eje horizontal y sin desplazamiento, puede ser: down (hacia abajo) o up (hacia arriba). (Martin, 2002, pp. 51-58)

Sobre la iluminación *El Lenguaje del Cine* habla sobre la existencia de dos tipos: la natural (tomas realizadas en exteriores bajo la luz del sol con el apoyo de proyectores o pantallas reflectoras) y la artificial (tomas realizadas en interiores o de noche que utilizan distintos tipos de lámparas que le dan al operador dispone de mayor libertad creativa) (2002, pp. 63-65). Además, Martin describe el uso de las sombras y las zonas iluminadas a lo largo de los distintos movimientos cinematográficos en “la creación de la atmósfera emocional de lugar, de acción, de tonalidad física y fisiológica y hasta algunos efectos dramáticos” (2002, p. 66), por ejemplo, las sombras pueden tener un significado elíptico y constituir un poderoso factor de angustia, contener un valor simbólico y el uso de claroscuros puede producir efectos especialmente vigorosos como “una lucha trágica que libran los personajes, el hastío mortal y el deseo de vivir” (2002, p. 67).

Saliendo del departamento de fotografía, él menciona 3 tipos de vestuarios:

- Realista: conforme a la realidad histórica.
- Pararrealista: el sastre se ha inspirado en la moda de época, pero ha procedido a una estilización.
- Simbólica: la exactitud histórica no tiene importancia y el traje tiene, antes que nada, la misión de traducir simbólicamente un estado de ánimo. (Martin, 2002, pp. 68-69)

Sobre los decorados menciona la existencia de 3 tipos:

- Realista: no tiene más implicación que su materialidad misma y solo significa lo que es.
- Impresionista: el decorado se elige con arreglo a la acción psicológica dominante de la acción.
- Expresionista: mientras que el decorado impresionista es natural, el expresionista se crea en forma artificial con el fin de sugerir una sensación plástica, puede ser pictórico (pintado) o arquitectónico (construido). (Martin, 2002, pp. 70-72)
- Sobre la actuación distingue esencialmente cinco tipos de interpretación:
- Hierático: estilizado y teatral, volcado a lo épico y a lo sobrehumano.
- Estático: hace hincapié en el peso físico del actor, en su presencia.
- Dinámico: suele traducir la exuberancia del temperamento latino.
- Frenético: implica una expresión gestual y verbal desmedida adrede.
- Excéntrico: Tiene por objeto exteriorizar la violencia de los sentimientos o de la acción. (Martin, 2002, pp. 80-81)

Pasando a términos narrativos, tenemos el uso de las elipsis, las cuales muestran el talento del cineasta quien es “capaz de mostrar todo y conociendo el formidable coeficiente de realidad que impregna a todo lo que aparece en la pantalla, puede recurrir a la alusión y hacerse comprender en media lengua” (Martin, 2002, pp. 83), en pocas palabras, la elipsis es el arte de no mostrar una idea en pantalla explícitamente y sugerirla al encuadrar. Existen 3 tipos:

- Expresivas: Están motivadas por razones de construcción del relato, es decir, razones dramáticas, en el sentido etimológico de la palabra, como el ocultar quien asesinó a una persona en una cinta noir.
- Inherentes: sirven para desaparecer espacios y tiempos débiles o inútiles en la acción. También por razones de tiempo de la película, para ajustar la duración, como una secuencia en la que una persona se traslada de su casa al trabajo paso a paso.
- De contenido: Están motivadas por razones de censura social a temas tabúes como la muerte, el dolor violento, las heridas horribles y las escenas de tortura. (Martin, 2002, pp. 85-93)

Asimismo, escribe sobre las múltiples capas de “realidad” presentadas en una película en virtud de cierta cantidad de características generales, siendo estas:

- Una realidad material con valor figurativo: “en tanto producto bruto de un aparato de grabación mecánica, es un dato material cuya objetividad reproductora es indiscutible” (Martin, 2002, pp. 26-27). En otras palabras, es lo que es la película sin interpretaciones o experiencias subjetivas: la trama y los aspectos técnicos que se utilizan como imagen y el sonido.
- Una realidad estética con valor afectivo: La imagen cinematográfica nos da una reproducción de la realidad que está dinamizada por la visión artística del realizador. La imagen soporta un coeficiente sensorial y emotivo que nace de las condiciones mismas en las que transcribe la realidad. En este nivel, exige ya el juicio de valor y no el juicio de hecho, es por cierto algo más que una simple representación (Martin, 2002 pp. 29-30). Es decir, son los juicios subjetivos que el autor quiso transmitir al público y el qué sensaciones género y/o quiso generar en la audiencia.
- Una realidad intelectual con valor significante: La imagen es en extremo maleable y ambigua en el campo de su interpretación. [...] En este nivel intelectual, la imagen puede hacerse vehículo de la ética y de la ideología (Martin, 2002, pp. 32-33). Cuando las interpretaciones de la película van más allá de lo cinematográfico y se analizan por las diferentes ciencias y/o disciplinas del conocimiento.

Finalmente, abarca la última estructura de una película, el montaje. Para Martin “el montaje es la organización de los planos de un film en ciertas condiciones de orden y duración” (2002, p. 144), se divide en expresivo (yuxtaposiciones de planos que buscan expresar por sí mismo un sentimiento o una idea) y el narrativo (reunir planos, según una secuencia lógica o cronológica para relatar una historia) y en el libro se menciona 3 aspectos que lo conforman:

- Rítmico: predomina un aspecto métrico que concierne a la longitud de las tomas, determinada por el grado de interés psicológico del contenido. Puede ser lento o rápido, métrico o plástico.
- Ideológico: designa las relaciones entre tomas destinadas a comunicar al espectador un punto de vista, un sentimiento o una idea más o menos precisos y generales, esto por medio de tiempos, causas, consecuencias, lugares y paralelismos.
- Narrativo: característica que comparte nombre con el segundo tipo de montaje (y es exclusiva de este) tiene por objeto relatar una acción, desarrollar una serie de acontecimientos. Puede ser: lineal, invertido, alterno y paralelo. (Martin, 2002, pp. 144-145)

Metodología

Aunque no se habla directamente de la cinta de Scott en el libro de Martin, los principios previamente descritos tras un análisis exhaustivo por parte del autor, son aplicables en una forma particular en la cinta, por lo tanto, la presente investigación es un análisis de caso.

Así mismo, se utilizarán otros medios como fuentes secundarias para la corroboración de información y para realizar el análisis a profundidad. Por ejemplo, para la parte en la que se hablará sobre la elaboración de la cinta se utilizará información extraída del video de *ZEPFilms* de Nicolas Amelio Ortiz, cineasta y crítico de cine, y datos obtenidos de la página de noticias, reseñas e información de producciones audiovisuales *IMdb* (s.f.). Para la breve explicación sobre el ciberpunk se utilizará el video del creador de contenido *Viral Spiral* “¿Qué #@!\$ es el Cyberpunk?” (2019) y un artículo del 2022 encontrado en la revista *Muy Interesante* titulado: “¿Qué es el Ciberpunk? El más oscuro de los subgéneros de la ciencia ficción”

Análisis de caso

Blade Runner es un policial noir con elementos de ciencia ficción estrenado en 1982 que, siendo dirigida por Ridley Scott y escrita por Hampton Fancher y David Webb, adaptó los conceptos de la novela Philip K. Dick *Do Androids Dream of Electric Sheep?* (1968). La cinta se sitúa en un futuro distópico en el que la tecnología avanzó lo suficiente para que los humanos crearan a los “replicantes”, máquinas bastante similares a la humanidad en su apariencia física diseñadas con el fin de suplantar a los humanos en tareas complicadas. En este mundo habita Rick Deckard (Harrison Ford), un Blade Runner –policía encargado de cazar replicantes en la tierra– a quien se le asigna el caso de un grupo de “replicantes rebeldes” liderados por Roy Batty (Rutger Hauer) que buscan a su creador para prolongar su corta vida (de 4 años). (IMdb, s.f.)

Esta cinta no fue el primer intento de adaptar la novela, el mismo año de su publicación (de la novela) –1968– se rumoreo que Martin Scorsese estaba interesado en llevarla a la pantalla grande, pero no compró los derechos y el proyecto no progresó. A inicios de los 70, Herb Jaffe formalizaría la adaptación al realizar un guion/borrador de la cinta, sin embargo, el autor lo detestó y el proyecto se puso en pausa.

La versión definitiva del guion fue la de Hampton Fancher (1977), dicho *script* llamó la atención del productor Michael Deeley, quien no dudó en financiar el proyecto e invitar a Ridley Scott a ocupar el banquillo de director. Originalmente él rechazó la oferta, pero tras su fallido intento de adaptar *Dune* y la muerte de su hermano, se unió en 1980 a la producción. Gracias a la llegada de su prestigioso nombre el estudio aumentó el presupuesto designado al proyecto de 13 a 15 millones.

El nombre Blade Runner no estaba en la novela original, este proviene de un guion titulado *The Blade Runner* (movie) al cual Fancher tuvo acceso, dicho guion originalmente sería la adaptación de la novela de Alan E. Nourse, pero el proyecto quedó sin terminar y como el nombre le gustó a Ridley se compraron los derechos de la novela y se utilizó el título. (ZEPfilms, 2017).

Como cualquier producción, no estuvo exenta de problemas. De entrada, días antes de que la filmación comenzara la productora Film Ways se retiró y se quedaron sin presupuesto, por lo que el productor tuvo que llegar a un acuerdo velozmente con dos compañías de Hong Kong y con Warner Bros. para que les dieran 21 millones de dólares y poder salvar la cinta. Ya en el set los problemas no se detendrían, Scott no paraba de solicitar cambios y reescrituras, y como Fancher no era tan rápido para hacer las correcciones terminó siendo remplazado por Webb, aunque el guionista original –Fancher– volvería tiempo después para escribir algunas otras escenas. De esas mismas reescrituras también surgieron problemas con el elenco, entre ellos Harrison Ford (quien fue elegido de último minuto por sugerencia de Spielberg), por lo mucho que se extendían los rodajes. Sumado a todo esto, el autor de la novela se quejó de la película porque nadie le informó de su realización y cuando pudo acceder al primer borrador quedó fúrico nuevamente; para evitar que este problema escalara se le dio acceso a un fragmento de la cinta con lo cual quedó fascinado, aunque nunca pudo ver completa la adaptación de su trabajo pues falleció cerca del estreno. (ZEP-Films, 2017)

Sin embargo, probablemente el problema más grande que sigue afectando a la cinta son las múltiples versiones/cortes de esta. Poco antes de terminar el rodaje el presupuesto se elevó, Scott fue despedido por esto y la edición quedó a cargo de los miembros del equipo restante y los productores, las reacciones de prueba del público de esta versión fueron negativas, indicaban que era una película confusa. Lo que llevó a una reedición para la cual volvieron a contratar a Scott con la condición de que introdujera por medio de voz en *off* a Deckard narrando/explicando la cinta. Este sería el “primer corte” oficial, pero con el pasar del tiempo aparecieron más versiones: el de EE. UU. (con un final en el que los

protagonistas huyen al bosque); el internacional, el del director (que no fue hecho por él y quitaba las voces en *off* y añadía la secuencia del unicornio), y el definitivo, en este último se centrará el presente análisis, puesto que es el que mejor ritmo posee en su montaje y maneja de mejor forma los elementos del lenguaje cinematográfico que se describieron en páginas anteriores.

Comencemos por uno de los aspectos más aplaudidos de la película, su increíble fotografía dirigida por Jordan Cronenweth, quien en todo momento buscó capturar desde las mejores perspectivas el mundo ciberpunk del diseñador de arte David L. Snyder.

Los planos generales describen y presentan el mundo contaminado de la distopía futurística, pero no solo lo muestran también hacen que se sienta. Generalmente, cuando se utilizan tomas abiertas en el cine se cuenta con mayor espacio para la colocación de elementos y, por ende, el encuadre suele dejar algunos espacios vacíos o aire para observar el paisaje y que la imagen respire, sin embargo, el encuadre de estas tomas abiertas se sobrecarga de tantos elementos (rascacielos, helicópteros, autos, espectaculares, etc.) que no da el espacio para dejar respirar a la imagen y, por ende, a los espectadores que la observan, quienes de esta forma perciben cómo es vivir en este mundo, todo se siente claustrofóbico, las calles están llenas de transeúntes y de negocios callejeros, es un desborde de vida.



Imagen 1. La ciudad en *Blade Runner*. Warner Bros, 1982.

Contribuyendo a esto, la mugre y suciedad en los edificios y calles se contraponen a lo que al mundo que se proyecta en las repetitivas tomas de los rascacielos con los anuncios de Coca-Cola o con el de una modelo donde las luces neón te pintan un mundo maravilloso, consumista y antiguo, pero brillante (Imagen 1). Mientras más se asciende en la ciudad hacia los altos pisos de los rascacielos los neones se vuelven agradables y estéticos, pero mientras más bajo esté situada la escena, la luz es molesta y deslumbrante. Para las residencias del ciudadano común de este mundo la luz es escasa, el objetivo se olvida del hombre perdiéndolo entre su entorno, como en la casa de Sebastian; mientras que, en las zonas privilegiadas, como la pirámide, hay una luz cálida y dorada que informa, además de eso, el estado de privilegio de algunos sectores (Imagen 2).

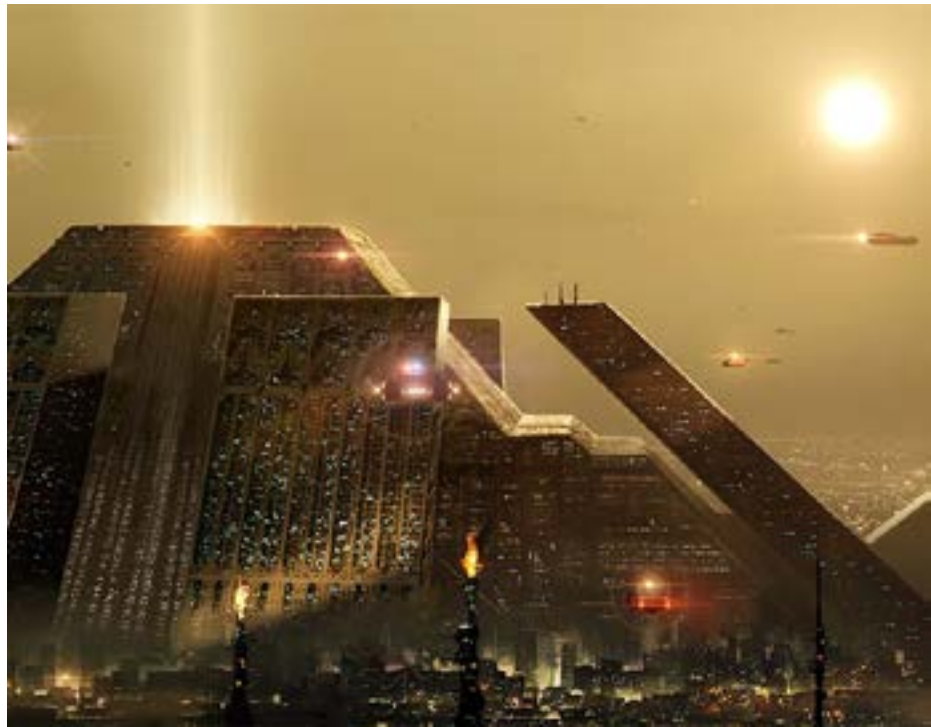


Imagen 2. La pirámide. Warner Bros, 1982.

Cuando Sebastian lleva a Pris a su casa, por el techo se cuelga la luz de un dirigible publicitario tomado desde una angulación nadir y holandesa, lo que refleja la distorsión del mundo y cómo el hombre se ha visto sobrepasado por los ideales que la tecnología le ofrece, mismos que se ven forzados a apreciar desde las rejillas, en soledad y en la oscuridad.

Además, hay tomas cerradas enfocadas en el cuerpo de nuestros protagonistas y villanos; en la mayoría de los casos (de nuevo) con la peculiaridad de recurrir a muchos elementos externos como anuncios o personas, para llenar los espacios en blanco con el fin de generar la claustrofobia de la sobrepoblación distópica. En el caso de no recurrir a este elemento, se utiliza la lluvia para sobrecargar la imagen, esto dentro del contexto de la película se explica que ocurre debido a la contaminación ambiental, sin embargo, también tiene un significado menos literal, pero de ese se comentará más adelante.

Cuando hay planos medios o medio cortos los personajes se liberan, las tomas están limpias de los elementos descritos previamente (exceptuando la lluvia), como cuando Rachel salva a Deckard o durante la mayoría de las tomas en las que los replicantes aparecen a cuadro, y esto es para mostrar cómo los replicantes se han desprendido de una esclavitud consumista para poder afianzar su humanidad mediante las relaciones sociales y la empatía, buscan sentirse humanos y lo han conseguido, son más humanos que los seres con “emociones naturales”.

El humano, en contraposición, está enmarcado por planos cortos y detalles, los cuales deberían ayudar a distinguir a la individualidad, pero sirven mejor para nuevamente transmitir la sensación de claustrofobia de los espacios en los que viven y su poca empatía. En el departamento de Deckard cuando él observa por la ventana el mundo en el que vive el encuadre dibuja unos barrotes en su rostro a través de la sombra de las persianas. En la misma escena, Rachel comienza sin luz sobre su rostro, pero cuando se suelta el cabello la iluminación pasa a ser clarooscuro y cuando logra expresar sus emociones y da un paso adelante se ilumina su rostro, a la par, las líneas que genera la ventana en el rostro de Deckard se vuelven difusas (Imagen 3), está reconectando (o conectando) con su humanidad, separándose del mundo ciberpunk en el que vive.



Imagen 3. Uso de la luz en *Blade Runner*. Warner Bros, 1982.

Con esto pasamos a profundizar en el concepto Ciberpunk. De acuerdo con Ayala (2022) esta es una palabra compuesta por:

- Ciber: Proveniente del griego *kybernaein*, que en su forma simple define a un timón de barco, se utiliza para definir el gobierno de sistemas humanos tecnológicos, biológicos, eléctricos, físicos y sociales.
- Punk: Hace referencia a un movimiento contracultural nacido a mediados de los 70. Un grito de protesta en contra de los sistemas sociales establecidos para dejar el conformismo atrás al retar a la autoridad, haciéndole contra la opresión, los estigmas sociales y la intolerancia.

Por lo tanto, el ciberpunk,

Dentro de las narrativas, es un subgénero derivado de la ciencia ficción que se centra en universos futuristas distópicos con protagonistas física y emocionalmente quebrados. Es el género que intenta advertir del uso irresponsable de la tecnología, la tecnología invasiva, los universos virtuales y la cosificación del individuo, son temas habituales, centrándose en la pregunta: ¿Qué es el ser humano? (Viral Spiral, 2019)

Para mostrar la cosificación de un individuo cada vez más opacado por la tecnología dentro de la cinta, además del encuadre, son importantes los decorados, los cuales de hecho son uno de los aspectos más valorados del filme. Estos fueron ideados por Syd Mead, quien fue influenciado por el dibujante Jean 'Moebius' Giraud, y en ellos se distinguen múltiples elementos como las deslumbrantes luces neones, claroscuros, zonas iluminadas por una única luz o por pequeñas luces, y claro, el abundante "concreto" que ni rastro deja de flora o fauna, ahora generados por iluminación artificial (Imagen 4). De esta estética de igual forma se desprende la elección de una vestimenta pararealista de los extras y protagonistas, sabemos que es de este tipo por lo imaginativa que es, pero que al mismo tiempo guarda una semejanza con su mundo.



Imagen 4. Decorados en el departamento de Deckard. Warner Bros, 1982.

Deckard vive en un mundo en el que se exige ser alguien. En este escenario, la identidad como sentido de pertenencia significa pertenecer a todos, menos a sí mismo. [...] no tenemos identidad a menos que representemos a organizaciones, a cuál más poderosa, anónima y gigantesca. (Vizcarra, 2011)

Regresando al departamento de fotografía, el movimiento de la cámara juega un papel fundamental al integrar bruscamente a Deckard en el entorno. Gran parte de las secuencias finalizan con un paneo a la ciudad y a sus calles sobrepobladas, por lo mismo a pesar de que los personajes no tienen una acción o conexión directa en pantalla con los habitantes de la ciudad (extras) y sus espacios, dichas tomas son requeridas para que la película transpire el agotamiento social y resignación que el ciberpunk requiere enseñar para presentar los riesgos de la tecnología. Estos movimientos constantes vuelven al ritmo de la cinta más lento, pero son necesarios, para contextualizar sobre la distopia.

Y, la ambientación no estaría completa sin la música (encabezada por Vangelis, aunque él no la compuso toda) y el diseño sonoro (a cargo de Bud Alpert); este último resalta por la inexistencia de silencios, a lo largo del metraje se escucha el ambiente de la metrópolis, las voces de los personajes o música. Prácticamente, todas las composiciones son instrumentales, –a excepción de *One More Kiss, Dear* de Peter Skellern y Don Percival, y *Tales of the Future* de Demis Roussos–, y transmiten oscuridad, frialdad y decadencia por medio de los ritmos generados con sintetizadores, incluso parecen imitar el sonido de la lluvia por momentos, sin embargo, en las escenas de romance o en el discurso final, la música electrónica adquiere una melodía armónica y dulce, algo más cálido (en el caso particular de la escena del departamento adquiere connotaciones sensuales), este tipo de melodías nos refuerzan la idea de la existencia de una especie de “luz al final del túnel” para una humanidad estancada, una esperanza de que estos personajes pueden salvar sus espíritus; este sentimiento es de igual forma necesario para crear la ambientación sutil del Ciberpunk perfectamente lograda en la cinta. (Iglesias-Simón, 2005)

Este género requiere presentar tanto la desesperanza sobre la actualidad como la posible última “oportunidad” de mejorar, y Scott toma la decisión de que ambas sensaciones se construyan de forma paralela para que la inmersión en el ambiente este completa antes del final del segundo acto, para llegar al planteamiento de la pregunta existencial al final de la cinta: ¿Qué es ser humano?

Durante el asesinato de Zhora existe una relación de complementariedad entre sonido e imagen, primero, por medio de las alarmas de la ciudad, se transmite ansiedad y se muestra el peligro que corre Zhora; una vez que este ruido cesa y el tema Blade Runner Blues, mezclado con lentos latidos de corazón, comienza a sonar, la imagen muestra al despiadado cazador observando el cadáver y el sonido comunica el desagrado de Deckard por el homicidio que cometió a uno de los seres que, hasta hacía unos instantes, veía cómo máquinas insensibles; hasta ese punto lo habíamos visto cómo un asesino implacable y frío, como las máquinas que buscan cazar, pero tras conocer a Rachel y descubrir que ellos pueden sentir también (incluso mejor que el humano) se cuestiona si está matando a máquinas asesinas o a humanos mientras que él es la máquina asesina.

Este agobiante suceso marca el punto de cambio para Deckard, la música es misteriosa y transmite confusión, cuando esta termina toma una decisión, la de detenerse; pero un ruido de bastón golpea su hombro y el ruido diluye la decisión forzosamente, reemplazando el score por los sonidos de la patrulla.

La empatía es planteada por los personajes como la característica que distingue a los humanos de los replicantes, sin embargo, las máquinas parecen ser más empáticas que el humano, como cuando Leon, dolido, intenta vengar a su amiga, por lo que realmente esta característica es propia de las máquinas en la cinta. Entonces, si Deckard tiene elementos de los robots surge la famosa duda: ¿Es Deckard un replicante?

Ridley Scott, afirma la interrogante en entrevistas y dentro del filme. Por ejemplo, la escena del unicornio (Imagen 5), una criatura fantasmagórica, lo cual puede indicar que el protagonista vive una ilusión y con el origami de la criatura mitológica se da a entender que Gaff conoce como piensa de Deckard porque él implantó esos recuerdos. Además, durante la escena en el departamento, el brillo naranja de los ojos, que previamente había sido utilizado para delatar a los replicantes, se puede apreciar en los ojos de Deckard mientras comparte intimidad con Rachel.



Imagen 5. Unicornio de origami. Warner Bros, 1982.

Todo lo planteado en los párrafos anteriores construye una elipsis dramática, dado que nunca se nos revela o dice textualmente que el protagonista es una máquina, solo se puede intuir. Desde luego, también existe otro tipo de elipsis, la inherente, para permitir que la búsqueda exhaustiva del personaje no se sienta pesada y el espectador se pueda enfocar en la ambientación o el desarrollo de los personajes.

Entrando en el tema de la actuación, dado que Deckard es un hombre reservado, Ford se ve forzado a comunicar por medio de las expresiones, es decir, está actuando de forma excéntrica. Este patrón se repite con Sean Young (Rachel), Rutger Hoer (Roy Batty) y el resto del elenco, pero en el caso particular de los replicantes, debido a que son más fuertes que el humano convencional, su actuación también ocupa el peso de los cuerpos de los actores, como en el homicidio de Tyrell (Joe Turkel) y la secuencia del duelo final.

Así se pasa a comentar el duelo final en donde “los roles protagonista y antagonista se intercambian y cómo espectadores escuchamos las últimas palabras de lo que antes considerábamos una máquina sanguinaria e inhumana” (Jordi Maquiavello, 2021).

Roy Batty, un par de escenas atrás, asesinó a su creador, a su Dios, quien le niega más tiempo de existencia y lo perdona por sus pecados, lo que molesta a Roy, porque él no busca perdón, buscaba una especie de castigo por sus horribles actos para poder redimirse, disfrutar con su familia y vivir. Tras la decepción de descubrir que su creador tiene una moral aún más dañada que él su psique se quiebra, por lo que decide ir a casa para buscar consuelo en Pris, pero está muerta. Esta revelación lo lleva a soltar un grito emulando a un lobo, como si fuera un cazador, dejando de lado su racionalidad para adaptar un espíritu animal de depredador; al hacer esto se invierte los roles de las figuras disonantes, Deckard se vuelve la presa, ahora él es el que se siente preocupado.

La culminación de la persecución se da con el Blade Runner colgando del techo, con sus últimas fuerzas intenta sostenerse y cuando no puede más le escupe a Roy, a quien el objetivo observa desde un plano figura en contrapicado en una posición estable, él ha ganado, pero en ese momento la toma cambia a un primer plano que nos humaniza a la máquina, Roy está sintiendo compasión y empatía, sensaciones que en teoría no debería tener; en ese instante un rayo de luz ilumina su rostro y pensar, su cara cambia y dice la mítica frase: “Qué experiencia es vivir con miedo, eso significa ser esclavo” (Imagen 6). En este momento comprende su papel en este mundo, no es buscar más vida porque ya no tiene por qué vivir, su familia se ha ido; pero aún puede permitir que vivan en la memoria, que sus muertes no san en vano. Es decir, puede convertirse en el verdadero salvador de este mundo cual Jesucristo, quien se sacrificó por los pecados del hombre (analogía que se puede entender por el símbolo del clavo), sufriendo por una elección que permite (en teoría) a otros librarse del control de una figura divina, como lo es la tecnología, o el mismo creador de los replicantes mediante la misericordia y que le pongan atención a su palabra.



Imagen 6. Roy salva a Deckard. Warner Bros, 1982.

Cuando el derrotado Deckard se acuesta en el suelo la toma esta manchada por humo de la ciudad. Por otro lado, Roy tiene un cielo azul celeste, que antes era un azul marino contaminado, que transmite paz; el picado y contrapicado siguen presentes, sin embargo, en este momento la victoria es moral. El tema *Tears on the Rain* vuelve el score espiritual y se funde con la lluvia, la cual aquí adquiere su significado final: cómo humanos nuestro tiempo es limitado y lo que vivimos en un mundo tan hostil y frío parece irrele-

vante al punto que los “momentos se perderán cómo lágrimas en la lluvia” (Scott, 1982 en *The Take*, 2017); pero la capacidad del hombre de relacionarse le permite tener otra forma de trascender más allá de su propia vida física, así, en un último deseo, Roy le da a su vida un significado al compartir un momento con su presa.

He aquí la importancia del montaje alternado, ya que sin él sería imposible que Deckard y el espectador atento llegaran a tal reflexión. Roy buscó clemencia en su creador, no la tuvo, así que ahora, para trascender, se la da a Deckard, convirtiéndose en el salvador que él hubiera querido, al ascender libera a la paloma, que puede ser el espíritu santo (según la interpretación bíblica), pero, además, es una metáfora del ascenso del alma sobre la tecnología.

La última lagrima de Deckard perdida entre la lluvia transmite la realidad intelectual de la película, y es que nuestro tiempo en este planeta es limitado y no sirve de nada pedir un castigo por los pecados, porque son perdonados sin redención. Estos seres, en cuatro años, lograron vivir más y comprender más de la vida que toda la humanidad, con tanto tiempo libre y con tantas distracciones a su alcance. La cinta al igual que el ciberpunk nos advierte de las máquinas en las que se pierde el hombre mientras pregunta: ¿Qué es la humanidad?

Conclusiones

La sutileza en el ciberpunk lo es todo, no la estética. Al inicio se comentaron algunas obras que se dicen ciberpunk, pero realmente solo utilizan la apariencia visual o tocan las temáticas del ciberpunk sin necesariamente crear una historia que tomé sitio en el universo que funcione por sí misma y se complemente con la ambientación, en pocas palabras, no crean historias que funcionen dentro de esos mundos distópicos, utilizan, únicamente, al mundo como historia de forma poco sutil o ingeniosa. *Blade Runner* (1982), como lo vimos anteriormente es lo opuesto, es una historia que funciona gracias a su mundo, pero la trama también funciona por sí misma, los dos elementos: la ambientación y la trama se complementan mutuamente y se potencian uno al otro.

La razón de que el cuestionamiento sobre el propósito de la humanidad funcione tan bien, es porque se junta con una historia interesante de un policía resolviendo un crimen y los criminales que intentan escapar. Los dos primeros actos son en lo directo – diálogo y acción– sobre la persecución y los aspectos técnicos –foto, locaciones, etcétera–, preparan el terreno para la carga narrativa del tercer acto, que cae sobre la realidad intelectual de la cinta –¿Qué es ser humano?–, expresada de forma directa mediante el diálogo. No es que los elementos se ignoren entre sí o se les designe un tiempo a cada uno, es que coexisten, solo que en los primeros actos se prioriza la trama (realidad material) y, en el último, la realidad intelectual.

Es por esto por lo que, *Blade Runner* es la máxima representación del género en el cine, es un cómo se deben de relacionar todos los elementos del lenguaje cinematográfico de forma sutil para enriquecer una trama inicialmente simple con una ambientación enigmática y viceversa. Y, es un recordatorio para que, todo aquel que desee sumergirse a contar o escuchar este tipo de historias, en apariencia bellas y atrapantes, no se le olvide que un mundo interesante no es suficiente y una apariencia estética no define la calidad de una película, lo hace el conjunto armonioso de sus elementos.

Referencias

- Ayala, R. (17 de marzo de 2022). ¿Qué es el ciberpunk?, el más oscuro de los subgéneros de la ciencia ficción. [Revista Online] *Muy Interesante*. <https://www.muyinteresante.com.mx/sociedad/1703.html#:~:text=y%20caos%20humano-,El%20cyberpunk%20cuestiona%20la%20sociedad%20y%20la%20esencia%20humana%20a,para%20crear%20una%20nueva%20especie>.
- Dick, P. K. (1968). *¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas?* Minotauro.
- Iglesias-Simón, P. (2005). Aproximaciones a un análisis sonoro del discurso cinematográfico: “Blade Runner” de “Ridley Scott”. *Área Abierta*, 2(11), pp. 2-11. <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARA-B0505230002A>
- IMdb. (s.f.). *Blade Runner* [Sitio web] https://www.imdb.com/title/tt0083658/?ref_=fn_al_tt_1
- Jordi Maquiavello. (11 de noviembre de 2021) *ESCENAS LEGENDARIAS - LÁGRIMAS EN LA LLUVIA (Blade Runner)*. [Video] YouTube. <https://youtu.be/NYWTxeZIUeA>
- Martin, M. (2002). *El lenguaje del cine*. Gedisa.
- Scott, R. [dir.]. (1982). *Blade Runner* [película]. Warner Bros.; Ladd Company; Shaw Brothers.
- The Take. (30 de septiembre de 2017). *Blade Runner Ending Explained: Is Deckard a Replicant?* [Video] YouTube. https://youtu.be/9Q_K2am2qrE
- Viral Spiral. (9 de mayo de 2019). *¿Qué #@! es el Cyberpunk? - VSX*. [Video] YouTube. <https://youtu.be/1EvDmsg-gFU0>
- ZEPfilms. (9 de octubre de 2017). *La historia secreta de BLADE RUNNER*. [Video] YouTube. <https://youtu.be/smDM1ir6dfQ>

Copyright (c) 2023 Hector Alonso Gaytán Padilla.



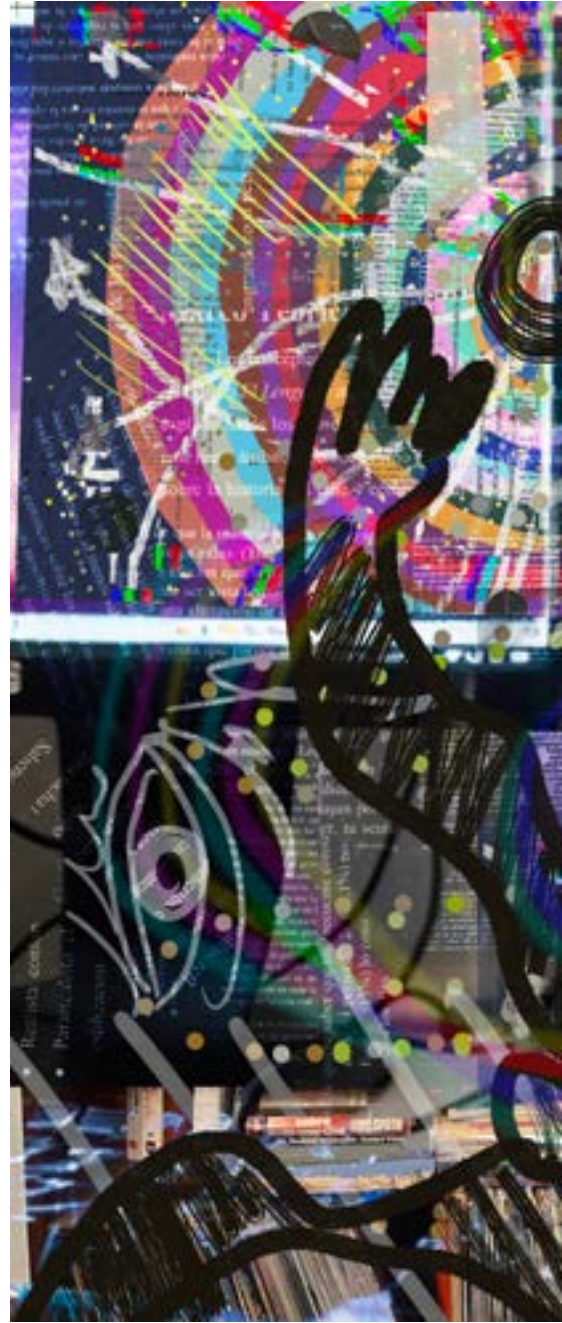
Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Usted es libre de:

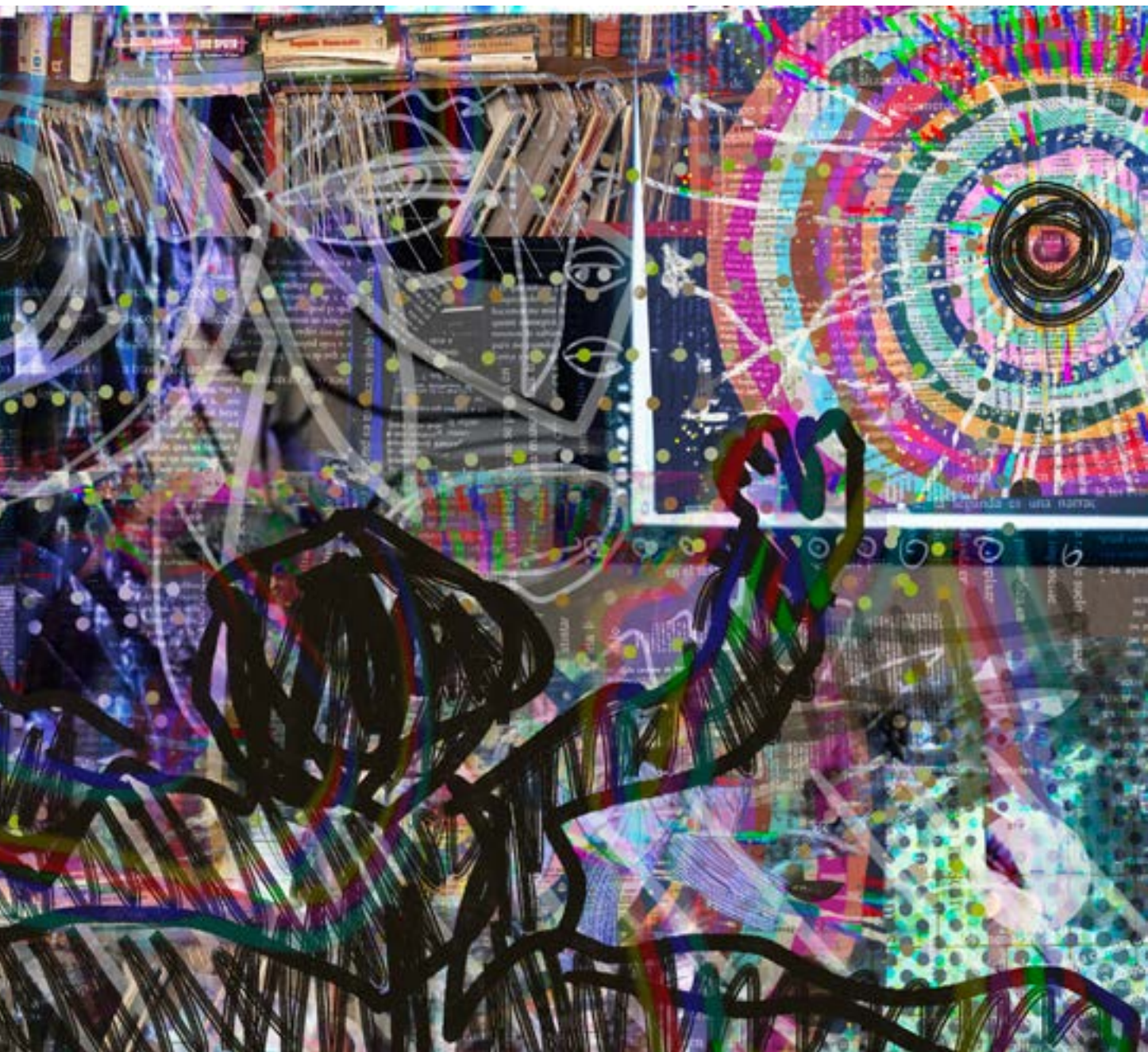
1) Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. 2) Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de: Atribución — Usted debe dar [crédito de manera adecuada](#), brindar un enlace a la licencia, e [indicar si se han realizado cambios](#). Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.

[ResumenDeLicencia](#)

[TextoCompletoDeLicencia](#)



HUELLA 
DE LA PALABRA



EL SIGILOSO PODER DE LOS MEDIOS
THE STEALTH POWER OF THE MEDIA

EL SIGILOSO PODER DE LOS MEDIOS

THE STEALTH POWER OF THE MEDIA

Paulina Meneses Espinosa

Notas sobre la autora:

Estudiante de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad La Salle Pachuca, generación 2021-2025.

Esta investigación fue financiada con recursos de la autora. La autora no tiene ningún conflicto de interés al haber hecho esta investigación.

Remita cualquier duda sobre este artículo al siguiente correo electrónico:

paumeneses@gmail.com

Recibido:11/06/2023

Corregido: 28/09/2023

Aceptado:01/10/2023



Copyright (c) 2023 Paulina Meneses Espinosa
Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Resumen

El presente texto pretende mostrar la influencia que los medios, en especial los audiovisuales, tienen en la opinión pública, y cómo han sido desaprovechados para acercar a las masas a contenidos e información académicos. Para la presente investigación se aborda el tema de los neutrinos, partículas que todavía son un enigma para la Física pero que se cree son de gran relevancia para conocer muchos aspectos del universo y la humanidad, en conjunto con la serie de televisión *Stranger Things* (2016) que en su trama muestra la posibilidad de que exista un mundo “oscuro” creado de neutrinos debajo del habitable, para comprobar como el interés y la motivación cambian cuando un tema complejo se introduce a través de algo cotidiano o socialmente popular.

Palabras clave: *Influencia de los medios, educación, interés en la investigación, neutrinos, Stranger Things.*

Abstract

This text aims to show the influence that the media, especially audiovisual media, have on public opinion, and how they have been wasted to bring the masses closer to academic content and information. For this research, the topic of neutrinos is addressed, particles that are still an enigma for Physics but which are believed to be of great relevance to understand many aspects of the universe and humanity, in conjunction with the television series *Stranger Things* (2016.) which in its plot shows the possibility that a “dark” world created from neutrinos exists beneath the habitable one, to see how interest and motivation change when a complex topic is introduced through something everyday or socially popular.

Introducción

A través de esta investigación se planea mostrar la influencia que los medios, en especial los audiovisuales, tienen dentro de la sociedad, tomándolo desde una perspectiva positiva. A lo largo de esta investigación, se mostrará cómo es que los medios pueden llegar a generar un gran impacto, visto desde lo académico e informativo, esto tomando en cuenta que los medios podrían llegar a encargarse de fomentar la curiosidad y el conocimiento de temas por los que, en primera instancia, nadie se hubiera interesado en tomar en cuenta y que, sin embargo, después de ser mostrados en una serie o película famosa, comienzan a adquirir cierta “importancia”, pero sobre todo popularidad, y por ende, se comienza a generar interés sobre todo tipo de temas, que se muestran en los medios.

Por otro lado, si se tiene conocimiento y consciencia sobre esto, se podría tomar como una poderosa herramienta para intelectualizar a la sociedad de manera sigilosa, y hasta podría resultar se entretenida, entonces, se podría llegar a una mayor cantidad de público que recibiera este contenido, y se interesara por indagar en los temas que los medios le presentaron como una nueva oportunidad de conocimiento, de esta manera, poder acercar a la sociedad hacia el lado de la razón y el conocimiento.

Se conoce y se sabe, que los medios son una herramienta de manipulación muy poderosa, ya que ese “control” que tienen sobre la sociedad, se realiza de manera tan sigilosa, que es casi imperceptible, algo a lo que, a día de hoy, no se ha sabido aprovechar su verdadero potencial, por lo que es interesante señalar la posibilidad de usar los medios de esta manera en específico, y aprovechar de manera positiva y útil su influencia.

Cómo lo indican algunas de las teorías de la comunicación, los medios tienen una influencia casi total en las masas, sin embargo, también es cierto que han ido perdiendo su fuerza omnipotente, ya que, como sociedad, no es tan fácil que se acepte cualquier información o mensaje que emiten los medios, es evidente que se ha aprendido a hacer uso del raciocinio y el discernimiento, frente a toda la información que se recibe diariamente por parte de los diversos medios. Por esta razón, es que ya no tienen el poder de decidir qué o cómo piensa la masa, sin embargo, algo sobre lo que aún tienen control y poder es sobre los temas de los que se va a hablar, ya que cómo lo plantea la Teoría de la Agenda Setting, “ya no se dice qué pensar, sino sobre qué pensar”. Los medios se encargan de señalar los temas a los que se les tiene que prestar atención, además de brindarle importancia y duración a aquellos temas que se han determinado como relevantes. (TeoCom, 2021)

Un ejemplo en específico que se va a utilizar para analizar esta hipótesis es el caso de un tema muy poco conocido de la Física, los neutrinos, partículas de las que se conoce muy poco, pero que, sin embargo, parecen tener la respuesta a grandes preguntas que hasta la fecha no se han podido responder, e incluso podrían ser los encargados de brindar las respuestas a preguntas que aún no se han realizado, respecto a todo lo relacionado con la creación del universo. Aunado a esto, se plantea la posibilidad de la posible existencia del –Upside Down–, un concepto utilizado en la famosa serie, *Stranger Things* (2016), que se ha relacionado con los neutrinos.

A. *Stranger Things*

Para comenzar, y sentando las bases con el producto audiovisual en el que se va a basar este análisis, se va a hablar de *Stranger Things*, una serie que comenzó a transmitirse en 2016, la cual, desde el estreno de su primer episodio, ha alcanzado un gran éxito entre el público.

La serie es original de la plataforma Netflix, creada por los hermanos Duffer y producida por Shawn Levy, y es una serie estadounidense de ciencia ficción y suspenso, que está ambientada en la época de los 80, en una pequeña localidad (ficticia) de Indiana llamada –Hawkins–. La historia comienza con la repentina desaparición de un niño en el pueblo.

Este hecho saca a la luz extraños sucesos que tienen lugar en la zona, producto de una serie de experimentos que, aparentemente, se encuentra realizando el gobierno. A la par de que, aparentemente de la nada, aparece una niña de la que no se tiene registro y que, al parecer, tiene poderes, como la telequinesis. Lo que se va descubriendo a lo largo de la serie, es que todos estos sucesos están conectados a una misma cosa, tanto la desaparición del niño, los experimentos y la supuesta niña misteriosa, estando todo relacionado con una misteriosa entidad que habita en una dimensión paralela conocida como el –Upside Down–, uno de los misterios más grandes de la serie, y el supuesto “lugar” en el que se encuentra el niño desaparecido. (Duffer y Duffer, 2016)

Sin embargo, para poder comprender de mejor manera el contexto de esta historia y la idea del Upside Down, se puede empezar por definirlo. En términos generales, se dice que es una dimensión paralela al mundo que conocemos, porque a pesar de que contiene los mismos lugares e infraestructura, es mucho más oscuro, frío y desolado, y no parece haber rastros de vida humana. Este lugar se encuentra, geográficamente, justo debajo de nuestra realidad, de ahí el nombre. Por lo que la serie plantea, de forma general, cómo es que todo un pueblo, si no es que todo el mundo, ha estado de cierta forma “interactuando” con esa realidad alterna de la que no se tenía conocimiento, y junto con ella, con todas las criaturas que viven en ese lugar. (Duffer y Duffer, 2016)

La importancia de divulgar esta información radica en que existen muchísimas dudas acerca de la creación del universo y de todos los elementos que lo componen, el descubrimiento de los neutrinos abrió nuevos paradigmas y oportunidades a lo que ya se conoce, porque entonces, si existen partículas como los neutrinos, es posible que exista una gran variedad de partículas similares que pueden abrir la puerta a nuevas probabilidades que ni siquiera se habían considerado, ya que se sabe que no todo lo existente es conocido, y más que por falta de investigación, también se debe a la poca comprensión que el hombre puede llegar a tener sobre estos temas.

B. Neutrinos

Los neutrinos son tomados como la unidad mínima de algo que no es visible para el ojo humano (Universidad Yachay Tech, 2017), e incluso podrían ser la parte más pequeña que conforman más cosas, ya que, así como todo lo que conocemos es formado por partículas, compuestos, átomos, etcétera, los neutrinos pueden ser solo las partículas más pequeñas de cosas que se desconocen, pero con las cuales nos encontramos constantemente interactuando.

Ahora, se sabe que tanto el universo mismo, como todos los elementos que lo componen, están formados por algo más, como se puede ver con los átomos, que están compuestos por protones, neutrones y electrones, que a su vez están compuestos por partículas más pequeñas, conocidas como partículas subatómicas, entre las cuales podemos llegar a encontrar a los quarks y a los neutrinos.

Posiblemente aún no exista la suficiente información sobre los neutrinos, sin embargo, sí es posible analizarlo desde dos temas que están muy relacionados, y los cuales sirven como base para poder comenzar a comprender la función y la existencia de los neutrinos.

En primer lugar, se puede tomar como referencia, algunos de los modelos del átomo que se han propuesto a lo largo de los años, empezando por el modelo de Dalton, quien proponía que el átomo era una partícula indivisible; o el modelo de Rutherford, que proponía que el átomo estaba mezclado de partículas positivas en el núcleo y de partículas negativas en la corteza; o desde el momento en el que se descubrió el átomo, siendo la unidad mínima que compone a la materia, y que a su vez está compuesta por más elementos, abriéndole paso a los protones, neutrones y electrones. (ModeloAtómico.win, s.f.)

Y, así como se fueron descubriendo cosas sobre el átomo a través de los años, cabe la posibilidad de que el neutrino sea solo un átomo con otro nombre, y esté esperando a que descubran que es una parte fundamental en la materia, ya que se encarga de componer otros elementos, así como también otros elementos lo componen a él.

Aún no se sabe con exactitud qué compone a los neutrinos, sin embargo, se llega a relacionar directamente con la materia oscura, ya que esta se compone por partículas que no absorben, reflejan, o emiten luz, y que, por ende, no pueden ser detectadas por medio de la observación de la radiación electromagnética. Y es que, aunque la materia oscura es algo que nuestros ojos no pueden apreciar, se sabe que existe debido a los efectos que produce sobre objetos que sí podemos observar directamente, un ejemplo de esto es que se cree que la materia oscura puede ser la respuesta al movimiento inexplicable de las estrellas entre galaxias. (StarChild, s.f.)

Los efectos que la materia oscura puede llegar a generar en la materia que se conoce y que puede ser vista, creó un fenómeno llamado –Efecto de lente gravitacional–, el cual consiste en una alteración de las imágenes del espacio remoto, porque, aunque la materia oscura no tiene una forma o estructura como tal, puede ser “observada” a través de la aparente curvatura que parece darle al espacio, esto debido a que obstaculiza el paso de luz.

La manera más fácil de definir la materia oscura es hablar sobre lo que no es. La materia oscura no es simplemente un cúmulo de materia sin cuerpos celestes, tampoco es antimateria porque no emite los rayos gamma que la antimateria sí emite. Y sabemos que no es un cúmulo de agujeros negros porque no afecta violentamente los objetos que la rodean. En pocas palabras, es un elemento que está en todo el universo, interactúa con la gravedad, ocupa un espacio y no es visible. Todo lo demás sigue siendo un misterio. (Leija, 2022)

Pero entonces ¿cómo se relacionan los neutrinos con la materia oscura? Científicos de la Universidad Yachay Tech (2017) compartieron que los neutrinos son conocidos peculiarmente como partículas fantasmas, que viajan por el universo y atraviesan toda la materia existente, sin embargo, no se les puede ver, ni sentir, debido a que no tienen carga eléctrica, no emiten luz y su interacción con otros elementos es diminuta. Se podría suponer que esto es porque interactúan con los elementos que son parte de las cosas que componen y que no están directamente relacionados con lo que se conoce e interactúa día a día.

Los neutrinos son fundamentales para la Física. Según se ha indagado, la mayoría fueron originados hace 15 mil millones de años, después del Big Bang y actualmente son de las partículas más abundantes en el cosmos junto con las partículas de luz (fotones). (Universidad Yachay Tech, 2017)

Y es que, a pesar de ser una partícula tan pequeña y tan poco comprendida, es considerada una pieza fundamental para la Física, ya que, al lograr descifrar todas sus propiedades, cómo funcionan y cómo interactúan con la demás materia, se podría termi-

nar por encontrar la respuesta a todos los fenómenos del universo que, hasta la fecha, siguen sin poder explicarse, como lo son los hoyos negros.

Según Martínez de la Fe, la fuente más importante de los neutrinos que llegan a la Tierra es el Sol, aunque también proceden de fenómenos astrofísicos como las supernovas, o suelen ser generados por la radiación cósmica, porque incluso hasta el más mínimo porcentaje de neutrinos, produce diferentes reacciones en la atmósfera terrestre, es por ello por lo que se busca estudiar el efecto que estos pueden llegar a producir en la materia que conocemos, para poder comprender de mejor manera la que aún se desconoce.

Los científicos piensan también que hay una relación implícita entre los neutrinos y las partículas de materia oscura, porque ambas se basan en la interacción débil. Por este motivo, cualquier experimento para detectar neutrinos y observar de cerca su comportamiento, representa un paso de gigante para penetrar en los misterios de la materia oscura, según los investigadores. (Martínez de la Fe, 2021)

Pero entonces ¿qué tienen que ver con nosotros, partículas que ni siquiera se termina de entender cómo funcionan, y cómo es que esto se relaciona con *Stranger Things*?

C. La fusión de la ficción y la realidad

Retomando lo que se había comentado de la serie, sobre todo lo relacionado con el Upside Down, se puede relacionar a la materia oscura y los neutrinos con este misterioso y desconocido lugar, esto debido a que es algo con lo que se mantiene una interacción, aunque no de manera consiente, que influye directamente en nuestra existencia, sin embargo, permanecemos en la ignorancia debido a que carecemos de posibilidades de poder verlo e incluso estudiarlo, porque eso implicaría conocer lo que se está buscando, y cómo se muestra en la serie, el Upside Down se descubrió por accidente, por lo que analizarlo incluso desde una perspectiva ficticia podría ayudarnos a saber por dónde comenzar.

Hablando entonces sobre los neutrinos, podemos decir que su descubrimiento tiene que ver directamente con nosotros, porque fue una manera de abrirnos los ojos y darnos cuenta de que nuestros sentidos y nuestra capacidad cognoscitiva, aún es muy limitada, porque hay muchas cosas que pueden terminar escapando de nuestra percepción, por estar lejos de nuestra comprensión. (Javi Santaolalla, 2022)

El descubrimiento de estas partículas planteó la posibilidad de considerar el hecho de compartir un espacio físico con otras realidades sin siquiera notarlo, una especie de Upside Down, para tener una manera más sencilla de explicarlo y basarse en algo que, aunque sea ciencia ficción, se puede decir que ya existe. Los neutrinos, al ser partículas invisibles, no permiten ver todo lo que conforman, sin embargo, pueden encontrarse dentro de todo con lo que se interactúa diariamente, solo que, sin notarlo, justo como el con Upside Down, se estaría “conviviendo” con una “realidad” diferente a la que se conoce sin siquiera notarlo.

Metodología

Lo que se pretende con esta investigación es generar curiosidad e interés sobre temas relevantes y poco conocidos, en este caso tomando como referencia a la Física, la materia oscura y los neutrinos. Hoy en día es difícil que la sociedad verdaderamente se interese por esta clase de temas, sin embargo, si eso se busca generar desde un tema de interés, el resultado puede llegar a ser más favorable.

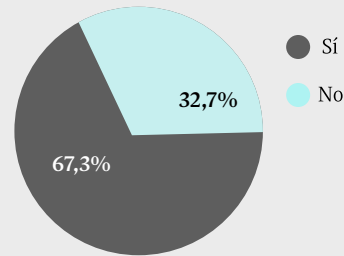
En este caso, se busca saber si los medios audiovisuales pueden llegar a generar este grado de interés, y por ende, comenzar a usarlo como herramienta, ya que, como sabemos, los

medios tienen un gran poder, que no se ha sabido aprovechar todo su potencial para temas académicos.

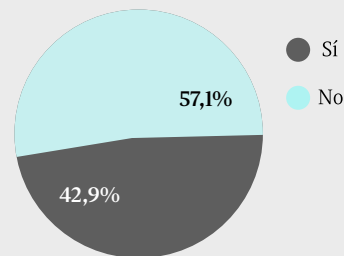
Por lo tanto, se planea analizar a través de una encuesta, cómo los medios, usados de una manera más útil y consciente pueden llegar a generar interés por nuevo conocimiento dentro de la sociedad, y a través del ejemplo seleccionado, comprender la manera en la que este fenómeno se puede replicar.

Análisis de resultados

Tras realizar la encuesta en la página de formularios de Google, los resultados arrojados fueron recoídos de un total de 105 participantes los cuales aceptaron responder de ma-
 1. ¿Podrías decir que te interesan LOS temas de la física?
 104 respuestas



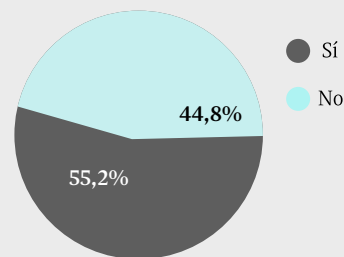
2. Por propia iniciativa, ¿decides investigar sobre temas poco conocidos?
 105 respuestas



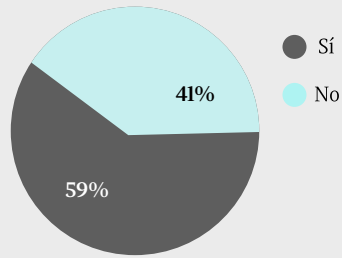
La primera pregunta deja muy en claro que la mayoría de los participantes mantienen un interés activo por la Física, aunque contrasta bastante con la segunda grafica en donde se da a conocer que el interés proviene de un estudio obligado de la materia y no por gustopersonal.

Si partimos de la idea de que los conceptos y aprendizajes sobre la Física vienen de situaciones momentáneas, muy seguramente generadas en un salón de clases, entonces estamos hablando de que probablemente sea difícil recuperar el interés de aquellos que no mantienen un gusto con este tipo de temas, sin embargo, aquí entra un punto clave del

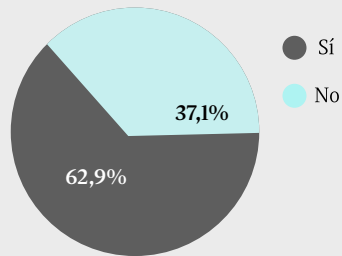
3. ¿Conoces o alguna vez has escuchado acerca de los neutrinos?
 105 respuestas



4. ¿Conoces, has escuchado o has visto la serie de Stranger Things?
105 respuestas

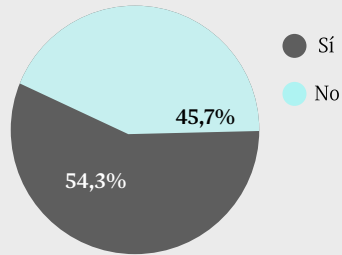


5. ¿Has escuchado a hablar sobre el upside down?
105 respuestas

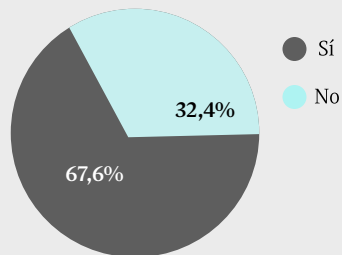


Con estas tres preguntas nos damos cuenta de dos cosas, primera, el impacto que mantiene la serie en jóvenes de México y, la segunda, la relación de los gustos y temas que extrañamente

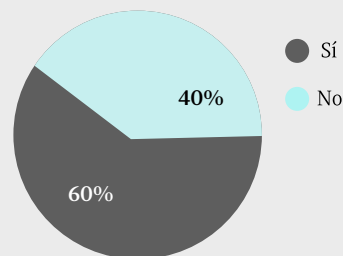
6. ¿Te interesa indagar o investigar acerca de los neutrinos por curiosidad si hablo acerca de ellos?
105 respuestas



7. ¿Te interesaría indagar o investigar acerca de los neutrinos si te digo que podrían servir como una explicación científica al upside down e incluyen la que interactuamos, pero no nos damos cuenta?
105 respuestas



8. ¿Algunas series o películas que has visto, han influido en el interés que le pones a un tema?
105 respuestas



Estas últimas tres preguntas nos dejan ver cómo, despertando la curiosidad de las personas, estas podrían, por cuenta propia indagar sobre el tema, y quién sabe, quizá alguna de ellas en algún momento haga un gran descubrimiento que lo revolucione todo.

Conclusiones

Existen bastantes mitos del aprendizaje, que nos hacen creer que la gente está condenada a jamás aprender, pero eso es falso. La gente normalmente aprende algo nuevo cada día de su vida, pero, o no le interesa aprender bien, o no le interesan cosas que no sirvan directamente para generar dinero o pasar un examen, y eso deriva en que, temas complicados acaben catalogándolos como conocimientos que solo sirven en un aula de escuela.

Al inicio de la encuesta la mayoría de los participantes mostraban un interés en la Física que solo aumentó hasta que se les dijo que era posible relacionarlo con series populares y de su agrado.

Así que, llegando a este punto es fácil saber dónde reside el problema: en la motivación. Si se empezara por establecer relaciones que conecten el estudio con la realidad o lo cotidiano, podríamos comenzar a establecer un vínculo más agradable entre los estudiantes y el tema. No se trata hacer un chiste de la Física –o cualquier otra ciencia–, pero sí de hacerla llevadera, hacerla atractiva para generar una nueva imagen que cambie las perspectivas actuales como bien lo muestra el progreso de las gráficas.

Se puede concluir que el interés por la investigación y el conocimiento de la mayoría de las personas, pero en especial de los jóvenes de México, según la encuesta realizada, aumentaría en gran número si ciertos temas, que en momentos pueden llegar a ser un tanto pesados o aburridos, se relacionarían con algo que genere interés directamente con quien lo va a estudiar.

En este caso, se logró relacionando una serie famosa y popular como lo es *Stranger Things*, con un tema del que se conoce tan poco, generando más interés y, ojalá, iniciativa por comenzar a investigar sobre el tema.

Este es un tema por demás curioso, pero también un tanto perturbador, pues el hecho de que conozcamos tan poco del origen de nuestra existencia y de lo que la conforma, nos deja en desventaja, sin embargo, si comenzamos a generar interés en la sociedad por este tipo de temas, se le terminará dando más importancia, y puede que, incluso, termine por permitir que las respuestas a esas incógnitas que prevalecen, se vean disminuidas y logremos comprender mejor el vasto universo que nos rodea.

Referencias

- Duffer, M. & Duffer, R. (dirs.). (2016). *Stranger Things*. [Serie de televisión]. 21 Laps Entertainment; Monkey Massacre; Upside Down Pictures.
- Leija, L. (24 de octubre de 2022). Qué es la materia oscura y para qué sirve exactamente. [Sitio Web] *National Geographic*. <https://www.ngenespanol.com/el-espacio/que-es-la-materia-oscura/>
- Martínez de la Fe, E. (2021). Los neutrinos nos acercan como nunca a la materia oscura. [Sitio Web] *Tendencias*. <https://tendencias21.levante-emv.com/los-neutrinos-nos-acercan-como-nunca-a-la-materia-oscura.html>
- ModeloAtómico.win. (s.f.). Línea del tiempo de los Modelos Atómicos. [Sitio Web] *ModeloAtómico.win* <https://modeloatomico.win/linea-del-tiempo/>
- StarChild. (s.f.). La materia oscura. [Sitio Web] *StarChild*. https://starchild.gsfc.nasa.gov/docs/StarChild_Spanish/docs/StarChild/universe_level2/dark_matter.html#:~:text=La%20materia%20oscura%20est%20compuesta,no%20puede%20ser%20visto%20directamente
- TeoCom. (26 de abril de 2021). *10 principales TEORÍAS de la COMUNICACIÓN*. [Video] YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=_UeEq8cMdMA
- Universidad Yachay Tech. (2017). *¿Qué son los neutrinos?* [Sitio Web] Universidad Yachay Tech. <https://www.yachaytech.edu.ec/noticia/los-neutrinos-los-grandes-secretos-del-universo-una-particula-subatomica/>
- Santaolalla, J. [@jasantaolalla]. (2022, mayo 5). ¿Podría existir el mundo Upside Down de Stranger Things? #StrangerThings #upsidedown. [Video]. *TikTok*. https://www.tiktok.com/@jasantaolalla/video/7103890103969254661?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7167185190599034374

Copyright (c) 2023 Paulina Meneses Espinosa.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Usted es libre de:

1) Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. 2) Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de: Atribución — Usted debe dar [crédito de manera adecuada](#), brindar un enlace a la licencia, e [indicar si se han realizado cambios](#). Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.

[ResumenDeLicencia](#)

[TextoCompletoDeLicencia](#)





LITERATURA ¿BASURA?
LITERATURE GARBAGE?

LITERATURA ¿BASURA?

LITERATURE GARBAGE?

Enya Arvanitakis Suárez

Notas sobre la autora:

Estudiante de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad La Salle Pachuca, generación 2021-2025.

Esta investigación fue financiada con recursos de la autora. La autora no tiene ningún conflicto de interés al haber hecho esta investigación.

Remita cualquier duda sobre este artículo al siguiente correo electrónico:

enya_books@hotmail.com

Recibido:13/06/2023

Corregido:03/09/2023

Aceptado:25/09/2023



Copyright (c) 2023 Enya Arvanitakis Suárez
Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Resumen

La presente investigación intenta romper con uno de los mitos más populares en la Literatura y es la existencia de una “literatura basura”, término que se refiere a algo banal, superficial y carente de las estructuras narrativas y estilísticas de los grandes clásicos como *La Ilíada* o *La Odisea*. Sin embargo, tras un acercamiento a la obra de Fernando Lázaro Carreter, el análisis de 5 obras pertenecientes a diferentes tipologías de la literatura y una entrevista con una especialista de la Literatura, se rompe el mito de la literatura buena y mala.

Palabras clave: *Análisis literario, literatura basura, literatura clásica, literatura contemporánea, estructuras narrativas*

Abstract

This research attempts to break one of the most popular myths in Literature and that is the existence of “junk literature”, a term that refers to something banal, superficial and lacking the narrative and stylistic structures of the great classics such as *The Iliad* or *The Odyssey*. However, after an approach to the work of Fernando Lázaro Carreter, the analysis of 5 works belonging to different typologies of literature and an interview with a Literature specialist, the myth of good and bad literature is broken.

Keywords: *Literary analysis, trash literature, classic literature, contemporary literature, narrative structures.*

Introducción

La literatura ha estado presente a lo largo de la historia, desde los primeros escritos, desde la primera publicación en papel y en nuestro presente, con la producción masiva de libros. Si nos preguntamos qué es la literatura, podríamos tener diferentes definiciones, de acuerdo con nuestra perspectiva de esta; una de ellas podría ser que es un arte, para otros una convención social o lo que se presenta al escribir.

Sin embargo, ¿qué imaginamos cuando hablamos de literatura? La mayoría podríamos pensar en alguno de los clásicos: *Orgullo y Prejuicio*, *El retrato de Dorian Gray*, *Cumbres Borrascosas*, etcétera. La imagen que tenemos de literatura es la de los clásicos. Aquellos libros que fueron escritos mucho antes de nuestra época, que son complejos de leer y ocupan un lenguaje que, quizá, ya esté en desuso.

Tal vez, también podríamos pensar en la literatura como un libro que te dejan leer en la escuela, que habla de la vida, que su lenguaje es significativo y parece totalmente aburrido, que te hace pensar que la literatura es solo eso, lo que es aburrido, pero que es reconocido.

Hasta cierto punto, toda esta diferencia de concepciones, nos ha orillado a catalogar los libros entre los que son “buenos”, los que son “malos” y los que son “literatura basura”. Sin embargo, ¿qué es literatura basura? ¿Cuáles son los elementos o rubros que catalogan a un libro como “literatura basura”?

Tenemos entendido que la literatura clásica es un ejemplo de una revolución literaria. Los estándares entre la literatura clásica y contemporánea y las brechas entre ambos, delimitan que uno es mejor que otro. No obstante, también tenemos a la literatura juvenil, la cual está especialmente enfocada para el público adolescente. Finalmente, también tenemos un conflicto generacional, donde los temas tratados en los libros juveniles son burdos y no tienen relevancia para las generaciones mayores.

Actualmente, existe el estereotipo de que la literatura juvenil y contemporánea, son basura, ya que no tienen la misma estructura y no representan los mismos problemas que la sociedad enfrentaba anteriormente, además, de que no son escritos por autores de renombre que han trascendido a través de la historia.

En esta investigación abordaremos el concepto de la literatura basura y por qué se le nombra así, y cuáles son las malas concepciones que se tiene de la literatura contemporánea. De igual manera, analizaremos las características de los tipos de literatura ya antes mencionados y así definir exactamente qué es cada una y cuáles son sus diferencias, para poder llegar a la conclusión de si la literatura basura existe o no.

Marco Referencial

Sabemos que la historia comenzó cuando la escritura se inventó. La escritura y la literatura han estado de la mano por mucho tiempo y no podemos hablar de ella, sin hablar de escritura. Ha habido tres puntos importantes, el primero estando entre el año 2600 a. C. y el siglo V. En esta primera etapa nos encontramos con la Literatura Antigua, la cual estuvo fuertemente enmarcada por las divinidades. Como ejemplos tenemos a *La Odisea* (siglo VIII a.C.) y *La Ilíada* (siglo VIII a.C.) ambas obras escritas por Homero, que representan a los dioses, sus osadías y su intervención en el rumbo de la humanidad y de los héroes. Estas dos obras son el origen de la literatura occidental. Este tipo de literatura está enmarcada por tratar de explicar el origen del mundo y los fenómenos naturales que, en ese momento, eran desconocidos y no tenían una explicación lógica para la humanidad. (Ayala, 2021)

Otra etapa significativa y con gran influencia en la sociedad, fue la Literatura Medieval (siglo V al siglo XV), donde comenzaba a destacar el cristianismo y la religión tuvo su auge, siendo así la Biblia, el libro más importante hasta el día hoy, libro que ha sido traducido, adaptado y reimpresso millones de veces a lo largo de la historia.

La Literatura Moderna la encontramos en el siglo XV y termina hasta el siglo XIX. En este punto de la historia ya se comienza a vislumbrar la Literatura Contemporánea. Esta Literatura Moderna fue enmarcada por diferentes movimientos artísticos, como lo son el Renacimiento, el Barroco y la Ilustración. Estos movimientos dieron paso a cambios en estructura, pero no únicamente dentro de la forma en cómo se escribía, sino que cambiando estructuras en la sociedad. (Castillo, 2022)

Por consiguiente, encontramos que la Literatura Clásica se encuentra en la antigüedad, la Contemporánea después de la Moderna y la Juvenil es una extensión de la Contemporánea.

Marco Teórico-Conceptual

Debemos tener un concepto claro de cada una de estas posturas literarias. La Literatura Clásica es aquella que comprende la Edad Antigua, caracterizada por obras escritas en griego o latín. Una definición inteligible es la dada por Borges “clásico es aquel libro que una nación o un grupo de naciones o el largo tiempo han decidido leer como si en sus páginas todo esto fuera deliberado, fatal, profundo como el cosmos y capaz de interpretaciones sin término” (Borges, 1980, p. 281). Un clásico, entonces, son las obras que trascienden a través del tiempo y que son leídas en diferentes tiempos a lo largo de la historia por varias personas.

Una obra contemporánea, es aquella que trata temas de la actualidad y cuya estilística va de acuerdo con la realidad que se le presenta. Es por ello por lo que las obras contemporáneas tienden al realismo. (Castillo, 2022)

Por último, tenemos a la Literatura Juvenil, cuyo origen se encuentra en la contemporaneidad. Este género se enfoca en los jóvenes y adolescentes, representando esta etapa de vida y sus complicaciones. (González, 2021)

Para fines de la presente investigación, se ha llevado a cabo una selección de obras de acuerdo con su relación a los tipos de literatura antes ya mencionados. Dentro de las obras encontraremos:

La Ilíada de Homero (siglo VIII a. C.) Esta obra ha trascendido a través del tiempo y se ha utilizado de ejemplo en muchas ocasiones en clases de Literatura, se podría decir que es uno de los máximos exponentes de la Literatura Clásica. *La Ilíada* nos narra la historia de la guerra de Troya, cuando Helena se escapó con Paris y Agamenón declaró la guerra. Dentro de esta historia nos encontramos con distintos dioses griegos, además del héroe, Aquiles. Como bien recordaremos en el contexto histórico, la Literatura Clásica es conocida por hablar de deidades como una explicación de la realidad y su intervención con la humanidad.

Cumbres borrascosas (1847) escrita por Emily Brontë, nos cuenta la relación entre Catherine y Heathcliff en Yorkshire, quienes tienen tantos matices sombríos y vengativos, hasta caer en problemas psicológicos. Esta obra pertenece a la Literatura Moderna, así es, no es Literatura Clásica. No obstante, se sabe que las novelas eternas tienen alta estima y son parte del estereotipo de lo que es “escribir bien”.

Nada de Jane Teller (2000) es una obra representante de la contemporaneidad, está escrita a manera que retrata los lados oscuros de los personajes, sus problemas y juega con la moral de las personas. Utiliza nuevas formas de escribir y describir personajes. Nos cuenta la historia de un chico quien dice que nada importa y que, por ende, no importa lo que hagamos. Sus compañeros de instituto crean una torre de significado para probarle que las cosas sí tienen relevancia.

Conjunto Vacío (2015) de Verónica Gerber, quien ha cambiado y reinventado la forma de escribir, utilizando nuevos elementos para contar una historia. El uso de di-

bujos, los cuales describen a la historia son una evolución en la forma de narrar. *Conjunto Vacío* nos cuenta la historia de una pérdida y la belleza de encontrar nuevas relaciones, al igual que guía en cómo lidiar con un trauma y la ausencia. Junto con las dos anteriores obras de esta autora, pertenecen a la Literatura Contemporánea.

Por último, nos encontramos con *Rojo, Blanco y Sangre Azul* (2019) de Casey McQuiston, obra contemporánea, más en la línea de lo que nombramos Literatura Juvenil. Nos narra la historia de amor del hijo de la presidenta de los Estados Unidos y el príncipe de Gales. El tema puede sonar menos importante que las dos novelas que presentamos antes de esta, es un romance, solamente eso. Sin embargo, trata temas actuales, como la visibilidad de la comunidad LGBTQ+, la ansiedad, la depresión, la pérdida, traumas y todo ese silencio detrás de la corona. Debido a que está orientada al público joven, esta se adapta a la realidad y problemáticas de los y las jóvenes. Además, en su narración utiliza elementos de actualidad, como correos electrónicos, periódicos y revistas para contar la historia; jugando con la estilística como lo hizo *Conjunto Vacío*.

Para la presente investigación nos basaremos en la estructuración y análisis de textos que propone Fernando Lázaro Carreter en su texto “Estilística y Crítica Literaria” (1950), en el cual expone las diferentes partes de las que se compone un texto, al igual que cómo deben analizarse cada una de estas. La decisión de tomar este texto surge debido a que, el autor da el mismo valor a cualquier texto sin importar la manera en la que esté escrito, siempre y cuando este contenga a los conceptos de: comprensión, localización, apartado, tema, asunto, composición del texto, explicación del texto y conclusión. No únicamente eso, sino que de igual manera invita al lector a la comprensión de los textos.

Dentro de los conceptos mencionados, nos concentramos en los que se consideran los más importantes para la investigación:

- *Comprensión*, esta parte se refiere a la acción que el lector realiza para entender en su totalidad el texto. Es decir, se refiere a la investigación de los temas que trate el texto o palabras que no estén en nuestro vocabulario y cuyo significado sea desconocido para nosotros.
- *Localización*, este concepto habla de en dónde se encuentra el texto dentro de la historia, además de que menciona que todo el contenido tiene relación entre sí, al igual que sus elementos.
- *Tema y situación*, la primera habla de cómo los elementos en el asunto (argumento) se deben de incluir en el tema, pero no se deben hablar periódicamente; la segunda es una narración más precisa y exacta de lo que trata el texto.
- *Composición*, es todo lo que se encuentra en el texto y lo vuelve entendible para quien lo lee.
- *Conclusión*, la cual da cierre a lo que se presenta y sirve como un último nudo. (Lázaro Carreter, 1950)

Para complementar, haremos mención del artículo “Contra el silencio por la desobediencia” (1984) de Angélica Gorodischer. Este artículo nos habla de la censura que han sufrido los escritos a lo largo de la historia, enfocándose más en la mujer, así mismo hablan de cómo el poder influye en la censura. De aquí retomaremos el siguiente concepto: “La censura emanada del poder totalitario se ejerce prohibiendo textos. Prohibir un libro es petrificar la palabra, y petrificarla es anularla.” (Gorodischer, 1984), para hacer énfasis en cómo los textos de igual manera son modificados o clasificados de acuerdo con su censura, ya que la censura es parte de cómo los libros se estereotipan. La obra *Nada* es una de las que ha sufrido censura, ya que en muchos países fue prohibida.

Metodología

La Literatura Clásica ha sido el estándar que todos los libros deberían de seguir, a pesar de que han sido escritos muchísimos años antes de nuestra época. Debido a que hoy en día todavía son leídos y analizados por críticos, la Literatura Clásica se ha vuelto un exponente de la Literatura como arte. No obstante, si observamos a la Literatura Contemporánea, esta es un ejemplo de revolución y evolución, ha rediseñado y cambiado a la estilística, además, de que ha dado paso a tratar temas que antes no eran relevantes. Hablando de Literatura Juvenil, esta ayudó a que se representaran los problemas de los jóvenes, tratando los temas de una forma real.

Para propósitos de la presente investigación, indagaremos en las características de estos tres tipos de literatura, además de que determinaremos sus diferencias y así, poder comparar su valía. De esta manera, encontraremos el punto de convergencia y comprobaremos cómo sus características no son para marcar estándares, sino comprender cada una de ellas desde su forma única y apreciarlas de esta manera, como propone Lázaro Carreter.

Se llevará a cabo una entrevista (cualitativa) realizada a la Licenciada en Lengua y Literaturas Hispánicas Dahnía Berenice Monster Escorza, quien tiene una maestría en Literatura Aplicada y ganó el Premio Estatal De Poesía del Estado de Hidalgo, Efrén Rebolledo en 2022, con ello se pretende ahondar en el tema y recabar información específica, para así complementar la investigación y comprobar la hipótesis.

Entrevista

1. ¿Cuál considera usted que es el concepto de Literatura?

R= Yo creo que la Literatura es una convención social. En realidad, no creo que exista algo como la Literatura y esto es extensible a otras artes en sí mismas o que tenga como creación misma las cualidades de lo literario. A lo largo de la historia, a través del estudio justamente del fenómeno literario, se ha demostrado que en realidad la Literatura es una convención social, no algo que en una época determinada se dice, esto es literario porque cumple con esto, con esto, con esto, porque depende de los valores éticos, estéticos de la sociedad que lo delimita así, y que puede cambiar y que puede mutar.

2. ¿Qué momentos históricos han marcado su evolución? ¿Qué cambios ha presentado la Literatura?

R= Creo dos de los cambios que ahora se me ocurren, igual porque si no, nos pasaríamos aquí hablando mucho. Por un lado, es la mimesis, en la antigüedad se creía que lo bello era lo que reproducía la realidad. Entonces siempre y cuando fuera apegado a mostrar este realismo, por así decirlo, la capacidad de representar, de ilustrar lo que acontecía en la naturaleza era lo bello. Cambia el tiempo, sobre todo a partir del romanticismo, siglo XIX, pero ya consolidándose en las vanguardias, donde se rompe justamente con esta creencia de que lo bello es lo que ilustra el mundo, lo que copia lo natural; entonces, sobre todo en las vanguardias literarias, es muy importante como cambió. Hay un verso muy famoso de Vicente Huidobro: "Poetas no le canten a la rosa, hagan florecer la rosa en el poema." No hay que estar sujetos o sujetas o intentar copiar lo que ocurre en el mundo, sino crear un mundo dentro, entonces son como los dos grandes cambios que yo veo.

3. Desde su perspectiva, ¿cuál es la diferencia entre Literatura Clásica, Contemporánea y Juvenil? ¿De dónde surgen sus diferencias?

R= Las diferencias, yo creo que, igual que en la primera pregunta surgen de convenciones,

pensando a partir del romanticismo, a partir de finales del siglo XIX, cuando el arte se vuelve un arte burgués, ya no necesita mecenazgos ni de las cortes, ni de la iglesia y se genera este movimiento de arte por el arte. Empieza como esta delimitación también del mercado, que en el siglo XX se consolida, pero creo que son categorías impuestas, no creo que un libro en sí mismo tenga una cualidad de infantil, una cualidad de juvenil, una cualidad de clásico. Creo que, además, sobre todo lo de clásico y moderno, responde a formas de leer y a los recursos que se utilizan: la elipsis, que surge y que se retroalimenta de todo lo social; no leemos de la misma manera y, por lo tanto, no creamos de la misma manera. En el tema de la Literatura Juvenil son categorías que obedecen al mercado.

4. ¿De dónde cree que surge el estereotipo de que la Literatura Clásica es superior?

R= De los mismos creadores y de las mismas creadoras. Cuando cambia, ya no se necesita un mecenazgo aristócrata, ni de la Iglesia, se genera un campo de producción en la literatura. El escritor, la escritora, necesita posicionarse socialmente a través de lo que hace y entender el porqué de su función o si existe una función social. Entonces, se divide por un lado el arte burgués, el que se crea para el mercado en sí y el arte por el arte, que me parece que hasta nuestros días está la división, y entonces, los creadores que dicen: hacemos arte por arte no por dinero, no por sobrevivir, nadie nos está pagando, no obedecemos al mercado, creamos lo que queremos crear, se posicionan como mejores que a los que llaman arte burgués, que son los que hacen arte por encargo, los que escriben coplas, los que escriben lo que les piden. Y hoy en día se tiende a mirar mal a los *bestseller*, no porque todos estén bien escritos o porque todos estén mal escritos, pero esto parte de los creadores y de cómo ellos conciben su profesión y se posicionan en relación a otros creadores.

5. ¿Cuál es el punto en el que convergen los tres tipos de literatura? (Similitudes)

R= Al final hay un lector o una lectora. A veces creo que no se piensa en los lectores como ese ente abstracto al que le va a llegar el libro de alguna manera. Las tres convergen en que pueden decirle cosas distintas a los lectores o las lectoras y creo que es importante, porque sin lectores, ¿por qué habría libros? La esencia de que existen libros, un núcleo que son los escritores, sino igual los lectores. Al final, las tres tipologías que hemos estado mencionando, le hablan a un lector y ahí hay que ver hasta qué grado comunican y por qué.

6. ¿Cómo cree que las estructuras y elementos en un texto influyen a la literatura y cuál es su importancia?

R= Es un poco simbiótico, porque la estructura en los textos y los procesos y sus lenguajes, influyen a la creación en otros medios. Muestran cómo la sociedad piensa de forma distinta. El hecho de que podamos leer saltos temporales o textos muy críticos, es porque hemos desarrollado nuevas funciones cognitivas. Es una marca de cómo vamos funcionando y que queda plasmado.

7. ¿Qué cree que es la “Literatura Basura”? ¿De dónde surge este concepto?

R= Hace un tiempo platicaba en la presentación de un libro, que tengo dos posturas, una como mediadora, como lectora y otra como escritora. Se debe entender que este concepto no existe, que toda literatura busca llevarnos a diferentes lugares y generalmente todos empezamos nuestro camino literario consumiendo literatura de mercado, pero esto no es necesariamente malo. A los libros les atan la experiencia de la lectura y puede que un libro “basura” nos haya ayudado en alguna etapa de nuestra vida y la experiencia de lectura sea satisfactoria. Como escritora, mencionaba que, hay muchos árboles que se desperdician en algunos libros. Considero que hay literatura mal escrita. La literatura basura es cuando alguien no

hace un trabajo de introspección en el oficio y todo este oficio puede ser comparado con otros, como el del carnicero, etcétera.

8. ¿Qué es que un texto esté “bien” escrito o “mal” escrito?

R= Es parte de la convención de si se piensa que es buena o mala. Algo que esté bien escrito requiere de un oficio, debe haber un trabajo, donde la persona debe de saber manejar las técnicas, y saber que a través de la práctica es cómo se aprende.

Análisis de resultados

La historia es parte importante de la formación de la Literatura, es aquella que ha marcado el tiempo y características de la tipología que surge después de la Edad Antigua.

Es impresionante la concepción a la que puede llegar este arte, ya que no es el de escribir únicamente, sino que ya involucra una unión en sociedad respecto a un tema, una convención donde todos hablen y dialoguen sobre los temas a tratar o del tipo de libro que se está leyendo.

Como ya se había mencionado, hay un ámbito de superioridad entre tipologías literarias, sin embargo, este ha sido atribuido a los lectores. No obstante, nuestra especialista nos menciona que frecuentemente los creadores son quienes comienzan con esta clasificación de libros, clasificar cuál es bueno, cuál es malo, son ellos quienes clasifican su obra como superior.

Algo importante que nos menciona la escritora, es que a pesar de que uno piense que una obra es buena o no, siempre habrá una convención social que polarice la esencia importancia de la obra. De igual manera, para considerar una obra buena, se tiene que hacer una investigación de campo, como se haría en cualquier otro medio, ya que de los oficios es cómo se aprende y la escritura es un oficio que se aprende, que tiene técnicas que el autor debe dominar.

Una de las partes más importantes de la entrevista, es cuando se nos habla de cómo las estructuras cambian de acuerdo con la realidad de las cosas, estas cambian con los problemas que surgen en la actualidad y hablan de acuerdo a nuestra realidad. No se escribe de la misma manera que hace mil años, porque no se lee de la misma manera, ya hay nuevos elementos que influyen en la forma de crear, entonces, si nuestra forma de leer no es igual, nuestra forma de crear tampoco lo es.

La literatura “basura” tiene un origen muy cercano al de la superioridad que antes mencionábamos en la manera en la que los autores clasifican libros mejor que otros. Al intentar definir este tipo de literatura, encontramos una contradicción en la entrevista, debido a que se dice que no existe, pero que sí existe. En realidad, se puede decir que la literatura basura no existe, sino que es literatura mal escrita, lo cual es subjetivo, pero podemos relacionar directamente a cómo el autor emplea las técnicas que han sido convenidas.

Las obras que mencionábamos en el apartado dos, son obras que cambian directamente: una historia sobre una deidad; una historia sobre dos amantes vengativos; otra sobre niños de secundaria buscando el significado de la vida; cómo lidiar con la ausencia y un romance juvenil. No son los mismos temas, mucho menos la misma representación.

Una persona de la comunidad LGBTQ+ no podría ser representada antes como lo hacemos ahora, porque no se vivía en el mismo contexto social y las técnicas para escribirían completamente distintas. En el libro de *Rojo, Blanco y Sangre Azul*, se utilizan el periódico, los correos electrónicos y revistas, sin embargo, La Ilíada de Homero no tiene redes sociales, pero sí deidades.

Siguiendo la obra de Carreter, un libro solo puede ser juzgado por lo que lleva escrito, no por ningún otro elemento. La manera en la que está construido el texto o la obra es lo que le da valor, no la opinión del autor, ni siquiera del crítico literario, sino parte de la convención que toma en cuenta todos los rasgos de la obra para después ser analizada y apreciada por el lector.

Conclusiones

Después de muchas definiciones, obras y contextos, podemos concluir en que la literatura basura no existe. Los rubros por seguir son derivados de los géneros, épocas y circunstancias sociales. Es decir, estos, atienden a una temporalidad.

Es importante reconocer el valor de la obra en cuanto a sus elementos, ya que eso es lo que la hace única, además de apreciable. Denotar el conocimiento que se tiene de la obra, su comprensión, todo este análisis de estructuras es simplemente el reflejo de la realidad.

En un futuro, seguramente nos podremos encontrar con que obras actuales (hoy) sean clásicos, como sucedió con el caso de Cumbres Borrascosas, su popularidad le ha dado el mote de una historia para intelectuales. No hay literatura superior a otra y mucho menos una que especifique cómo se tiene que escribir, así que la literatura basura no existe.

Referencias

- Ayala, M. (3 de septiembre de 2021). Literatura clásica. [Sitio Web] *Lifeder*. <https://www.lifeder.com/literatura-clasica/>
- Borges, J. (1980). Sobre los clásicos. [Sitio Web] *Ciudad Seva*. <https://ciudadseva.com/texto/sobre-los-clasicos/>
- Brontë, E. (1847) *Cumbres Borrascosas*. Ediciones Cranford.
- Castillo, I. (28 de agosto de 2022). Literatura contemporánea. [Sitio Web] *Lifeder*: <https://www.lifeder.com/literatura-contemporanea/>
- Gerber, V. (2015). *Conjunto Vacío*. Almadia.
- González, O. (2 de diciembre de 2021). La historia de la literatura: ¡2000 años de tinta y relatos! [Sitio Web] *Crehana*. <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/historia-literatura/>
- Gorodischer, A. (1984) *Contra el silencio por la desobediencia*.
- Homero (siglo VIII a. C.). *La Ilíada*.
- Lázaro Carreter, F. (1950), “Estilística y Crítica Literaria”, *Ínsula*, 59, pp. 2-15.
- McQuiston, C. (2019). *Rojo, blanco y sangre azul*. Molino.
- Teller, J. (2000). *Nada*. Seix Barral.

Copyright (c) 2023 Enya Arvanitakis Suárez.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Usted es libre de:

1) Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. 2) Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de: Atribución — Usted debe dar [crédito de manera adecuada](#), brindar un enlace a la licencia, e [indicar si se han realizado cambios](#). Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.

[ResumenDeLicencia](#)

[TextoCompletoDeLicencia](#)

NORMAS DE PUBLICACIÓN DE HUELLA DE LA PALABRA

Investigar es descubrir, reflexionar y producir nuevos conocimientos. El sentido esencial de esta revista es ofrecer los resultados iniciales de la investigación producida por los alumnos, dentro del proceso enriquecedor de la educación lasallista. *La Huella de la Palabra* refiere la evolución que hay en la palabra desde que es herramienta del pensamiento e investigación hasta ser instrumento de difusión y trascendencia. Crece, muta, vuelve a ser herramienta del pensamiento dejando huellas durante su perfeccionamiento que pretenden ser perdurables. Esta revista es anual, arbitrada y multidisciplinaria. ISSN: 2448-881X.

Las colaboraciones se encuentran sujetas a las siguientes condiciones:

1. Trabajos originales que no se encuentren propuestos de manera simultánea para otras publicaciones.

2. Se podrán aportar reportes de investigación, artículos de investigación, estados de la cuestión y reseñas presentados de la siguiente manera:

a. Reportes de investigación:

El reporte de investigación es el último paso de una investigación. Dos son las características principales: confiabilidad y objetividad.

Las partes más generales que ha de poseer:

- Portada. Incluye los datos generales (autor, título del trabajo, institución a la que pertenece el autor, etc.).
- Introducción. Debe incluir el propósito del trabajo, su importancia y un breve resumen de la metodología, periodo de realización del estudio y conclusiones.
- Cuerpo. Debe incluirse la descripción de los procedimientos, tipo de análisis (cualitativo/cuantitativo), marcos (teóricos y conceptuales), instrumentos aplicados, resultados estadísticos si fuera el caso, interpretación de los datos.
- Conclusiones o resultados. Enunciado de los resultados o conclusiones alcanzados. Debe quedar claro en este apartado la unidad entre hipótesis y los resultados. El reporte tiene que incluir tanto las aportaciones principales al tema como los alcances y la limitación de este.
- Referencias utilizadas. Debe citarse bajo las normas APA (*American Psychological Association*) en su séptima versión.
- Anexos. Si los hubiera.

b. Artículos de investigación:

Texto científico original que comunica hallazgos teóricos y/o empíricos en los campos de conocimiento de las diferentes ciencias, a través de un aparato argumentativo y una metodología empleada, aportando con ello la generación de nuevo conocimiento y/o aplicación de este, así como nuevas perspectivas teóricas y metodológicas en un campo determinado de la ciencia.

Podrán presentarse reportes parciales de investigación, estudios investigativos de corte documental que sistematicen el trato fundamentado de una temática relevante, reflexiones derivadas de una discusión argumentativa en temas de controversia social, reportes de estudio de caso o resultados de una intervención, propuestas pedagógicas con metodología

aplicada como alternativa de respuesta a una situación de enseñanza o experiencias didácticas que recuperen lo acontecido de forma descriptiva y crítica y que coadyuven a la reflexión de situaciones sociales.

Estructura de los artículos:

- Título. Que enmarque el contenido del trabajo (español e inglés).
- Nombre del autor(res) con un asterisco a pie de página que enuncie su formación profesional, institución de adscripción y correo electrónico.
- Palabras clave. Cinco palabras clave relevantes en el área conocimiento del artículo (español e inglés).
- Resumen. No mayor a 150 palabras Si es reporte parcial de investigación, estudio de caso o intervención indicar la fecha en que inició y concluyó, así como las instituciones que participaron (español e inglés).
- Contenido: Introducción, marco teórico, marco metodológico, resultados parciales o finales con discusión y conclusiones. Incluir citas integradas al texto por lo menos de 20 referencias y en caso de requerirlo integrar las notas a pie de página. Extensión: entre 15 y 40 pp.
- Los gráficos, tablas e imágenes deben ir insertadas en el texto y deben numerarse según el orden en que se presentan; asimismo, se debe indicar su contenido y fuente en nota a pie de tabla o imagen.
- Referencias en formato de acuerdo con la séptima edición de APA (solo las fuentes citadas en el texto).

c. **Estados de la cuestión:**

Se trata de la presentación y la crítica de los antecedentes del objeto de estudio de una línea de investigación, tomando en cuenta su contexto, sus problemas, los hallazgos identificados y la bibliografía existente.

Generalmente, el estado de la cuestión o estado del arte es un estudio previo al desarrollo y al esquema de la investigación que se llevará a cabo. Su importancia consiste en que antes de redactar el protocolo y desarrollar cada capítulo, debe hacerse un análisis de las fuentes y tomar en cuenta el contexto de la línea de investigación elegida. Además, deben recuperarse los hallazgos más significativos que otros investigadores hicieron anteriormente con la finalidad de no repetir los mismos aspectos y avanzar en los nuevos descubrimientos.

El resultado final debe ser un informe que ofrezca una valoración de todo lo analizado, sobre todo de la bibliografía consultada y los hallazgos identificados en aquella.

Huella de la Palabra admite estados de la cuestión inéditos con la finalidad de que los investigadores anuncien los proyectos en los que se encuentran trabajando. Los criterios de redacción son los mismos de los artículos de investigación. Se sugiere tomar en cuenta los siguientes aspectos: Título, nombre del autor, introducción, subtítulos en negritas antes de cada apartado o capítulo y referencias de acuerdo con el formato APA vigente.

d. **Recensiones:**

Comentario crítico de una obra literaria o científica con el objetivo de presentar, introducir, destacar, contrastar y analizar los contenidos y argumentos de la misma. En *Huella de la Palabra* se aceptan reseñas de obras relevantes para la ciencia.

En caso de participar con una recensión, se deberá seguir la siguiente estructura:

- Cabeza. En la primera línea: título de libro en cursivas, nombre completo del autor de este, editorial y año; en la segunda línea: nombre completo del autor de la recesión y su correo electrónico.

- Texto. Extensión máxima tres cuartillas, debe dar cuenta del contenido de la obra con detalle y expresar un juicio crítico fundamentado sobre la misma.
- Anexar la imagen de la portada del libro en formato JPG o PNG en buena resolución.

e. Textos de creación literaria:

Cuento, poesía, crónica, ensayo y entrevista. Para este tipo de textos la estructura será la siguiente:

- Cabeza. En la primera línea: título; en la segunda línea: nombre completo alineado a la derecha e indicar con un asterisco de nota a pie de página el perfil académico y profesional y el correo electrónico.
- Texto. Extensión máxima de 15 cuartillas.

2.1 El formato de los artículos de investigación, reportes, recensiones y estados de la cuestión deben contener la siguiente estructura y orden:

- Título *Times New Roman* 12 pts., mayúsculas, negritas y centrado.
- Autor(es) del artículo: nombre completo alineado a la derecha; indicar con un asterisco de nota a pie de página el perfil académico y profesional y el correo electrónico.
- Resumen en español e inglés *Times New Roman* 10 pts., 150 palabras como máximo y que contenga una síntesis del propósito, la metodología utilizada y los resultados obtenidos. También deberá indicarse el mes y año de culminación del trabajo.
- Cinco palabras clave que identifiquen el contenido.
- Texto en *Times New Roman* 12 pts., doble espacio, de 15 a 40 cuartillas (incluyendo gráficos y listado de referencias) y alineado a la izquierda, sangría (*Indent*) a 5 espacios en todos los párrafos.
- Los subtítulos en negrilla deberán ir alineados a la izquierda.

2.2 Las referencias de citas y fuentes de consulta deberán distinguir claramente las contribuciones de otros autores y han de ser presentadas de acuerdo con las normas APA vigentes:

a) Las citas

a.1 Textuales o directas

Se trata de citas en las que se presentan fragmentos o ideas literales de un texto o de un autor. Las palabras o frases omitidas se reemplazan con puntos suspensivos entre corchetes [...]. Se incluye el apellido del autor, el año de la publicación y la página de la que se extrajo la cita textual. Si la fuente citada no tiene paginación, entonces se escribe el número de párrafo. El formato de la cita variará dependiendo del énfasis, ya sea en el autor o en el texto.

a.1.1 Citas cortas

Cuando la cita textual tiene menos de 40 palabras se escribe entre comillas, inmersa en el texto y sin cursiva. Se escribe punto después de finalizar la cita y los datos.

Cita corta basada en el autor:

Toussaint (2000) afirma que la transmisión de informaciones “[...] provenientes de los medios de masas a los líderes, y de éstos a sus seguidores, se denomina ‘flujo de comunicación en dos pasos’” (p. 16).

O bien,

Toussaint (2000, p. 13) señala que: “A partir del funcionalismo surge, por primera vez en la historia de la sociología, el estudio de los medios de masa y de sus efectos en el público”.

Cita corta basada en el texto:

En el proceso de colonización, la resistencia india fue vencida en el terreno militar. “Vencidos por la fuerza, los pueblos indios, sin embargo, han resistido: permanecen como comunidades sociales diferenciadas, con una identidad propia que se sustenta en una cultura particular de la que participan exclusivamente los miembros de cada grupo” (Bonfil, 2001, p. 191).

a.1.2 Cita larga

Cuando la cita textual excede más de 40 palabras se requiere presentarla en un párrafo independiente del texto central, con letra dos puntos más pequeña en tamaño, sin comillas y con sangría de cinco espacios o de 0.5 cm del lado izquierdo en el párrafo completo. Al final de la cita el punto se coloca antes de los datos, a diferencia de las citas con menos de 40 palabras en el que el punto se pone después. De igual forma, la organización de los datos puede variar según donde se ponga el énfasis, al igual que en el caso anterior.

Cita larga basada en el autor:

Como señala Toussaint (2000) sobre la transmisión de informaciones:

[...] provenientes de los medios de masas a los líderes, y de éstos a sus seguidores, se denomina “flujo de comunicación en dos pasos”. Sin embargo, los fenómenos de comunicación en el liderazgo de opinión adquieren el carácter de “pasos múltiples”, debido a la existencia de repetidores de las afirmaciones de los líderes, quienes por su parte también buscarán las opiniones de otras personas (p. 16).

Cita larga basada en el texto:

Al caracterizar el país que hoy tenemos es fundamental considerar que:

[...] México es un país pobre. Que grandes extensiones de tierra no son aptas para un cultivo “moderno” y que otras se han erosionado y producen menos porque se explotaron de manera irracional. Que las cosas han ido hasta el extremo de que nuestra agricultura no cosecha los suficientes productos básicos que se requieren para alimentar a los mexicanos siquiera en el nivel mínimo indispensable. Crece nuestra dependencia por hambre: el país en el que se inventó el maíz importa ahora maíz (Bonfil, 2001, p. 217).

a.2 Parafraseadas o indirectas

Se trata de aquellas citas que expresan el mismo contenido o idea de un autor o un texto, pero con una estructura sintáctica diferente. La cita se incluye en el párrafo sin comillas y no es necesario poner el número de página o párrafo. Debe contener entre paréntesis el apellido del autor –o autores– y el año de edición del libro, revista o publicación en Internet o, en caso de haberse establecido comunicación personal, el año de contacto.

Ejemplo:

En la conferencia impartida por Ruelas Barajas (2006), comentó que en las organizaciones es importante que se dé un equilibrio entre la calidad técnica y la calidad humana.

O bien...

En una conferencia reciente en el Auditorio de la Universidad La Salle Pachuca (Ruelas, 2006) comentó que en las organizaciones es...

a.3 Cita sobre algo que ya ha sido citado

Remite a una cita secundaria o a una cita dentro de una cita. En la fuente consultada se requiere que sea señalada de este modo:

Toussaint (1964 citado en Schramm, 2002) indica que “la fuente puede ser una persona (que habla, escribe, dibuja o hace gestos) o una organización informativa (un periódico, una casa editora, una estación de televisión o un estudio de cine)”.

En el listado de referencias únicamente debe incluirse el texto que se consultó directamente (en este caso, el de Schramm).

a.4 Reglas según número de autores

Cuando la fuente original tiene dos autores, siempre se citan ambos.

Ejemplo:

(Moles y Zeltmann, 1973).

Cuando se trata de una fuente con tres o más autores, desde la primera cita se pone sólo el primer autor y la locución latina *et al.*

Ejemplo:

Best *et al.* (2005) concluyeron que...

a.5 Citas del mismo autor con igual fecha de publicación

Si se utilizan dos fuentes del mismo autor y fueron publicadas en el mismo año, se requiere identificarlas con letra.

Ejemplo:

Phillips (2004a y 2004b) propone una clasificación...

a.6 Citas de trabajos clásicos

Se pone el año de la traducción, además del año del libro que se examinó.

Ejemplo:

(Platón traducido en 1966), Villalobos (2003).

Textos como La Biblia y el Corán, así como las comunicaciones personales (cartas personales, memorándums, mensajes electrónicos) se citan dentro del texto, pero no se incluyen en la lista de referencias.

a.7 Cita de una entrevista

La cita de la información obtenida en una entrevista debe mencionar el apellido del entrevistado, el tema, y la fecha.

Ejemplo:

Arteaga (*Revista Impulsa*, 12 de febrero de 2006).

a.8 Citas web:

Existen dos formas de citar sitios web. La primera se denomina de pasada, menciona el sitio

web en el texto, solo se coloca la URL entre paréntesis y no se incorpora la cita en la lista de referencias,

Ejemplo:

Roser Batlle, en su blog (<https://roserbatlle.net/>), ha incorporado diferentes aportes pedagógicos para los docentes.

La segunda forma de citar un sitio web es cuando se hace uso de un texto en particular. La citación se hace de la forma habitual: (apellido, año) o apellido (año) y se incorpora a la lista de referencias.

Ejemplo:

Colmenares (2008) indica que la investigación ha desarrollado dos grandes tendencias: una sociológica y la otra educativa.

a.8.1 Videos de YouTube

Los videos en YouTube son subidos por personas que hicieron el video o que alguien más realizó. Dichas personas utilizan un *Nick name* o su nombre de usuario. La cita en el texto se realiza con el nombre o *Nick name* fuera de los paréntesis y la fecha, que va entre paréntesis.

Nick name o nombre de usuario (año, mes y día).

Ejemplo:

Canal Encuentro (2018, abril 18) da cuenta de la biografía de Silvia Rivera Cusicanqui, indígena aymara que...

a.8.2. Twitter

Nombre de usuario (año, mes y día).

Ejemplo:

Aristegui Noticias (2018, noviembre 22) plantea que La Unión Europea y el Reino Unido llegaron a un acuerdo respecto al Brexit...

a.8.3 Facebook

Nombre de usuario (año, mes y día).

Ejemplo:

La Universidad La Salle Pachuca (2018, noviembre 22) dio a conocer que una estudiante de tercer semestre de la Licenciatura en Diseño Gráfico ganó el tercer lugar internacional en la 5ª Bienal Internacional del Cartel.

b) La lista de referencias

Se comienzan en una página nueva después del texto, pero antes de las tablas, figuras y apéndices. La hoja se titula “Referencias”, la primera letra con mayúscula, todo en negritas y el texto centrado.

La lista de referencias completa debe tener un interlineado a doble espacio. Se colocan alfabéticamente por apellido paterno del autor y cada una deberá tener sangría francesa (**la primera línea se orienta hacia la izquierda y las líneas siguientes poseen sangría**), se incluyen todos aquellos textos que fueron enunciados durante la redacción del informe de investigación, artículo o estado de la cuestión.

Los URL deben estar habilitados como hipervínculos, para poder darles clic e ir directo a la fuente citada.

b.1 Libro

Apellido, Inicial del nombre. (Año de publicación). *Título del libro en cursivas*. Editorial.

Ejemplo:

Kerlinger, F. (2002). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales*. McGraw-Hill.

b.1.1 Libro con editor, compilador o coordinador

Apellido, Inicial del nombre (Ed.). (Año de la publicación). *Título del libro en cursivas*. Editorial.

Ejemplo:

Schuessler, M. y M. Capistrán (Coords.). (2010). *México se escribe con J. Una historia de la cultura gay*. Planeta.

b.1.2 Libro electrónico con DOI

El DOI (*Digital Object Identifier*) es un identificador de artículos en revistas, capítulos de libro o un libro sin importar la URL, de modo que, si ésta cambia, se puede encontrar el objeto digital.

Apellido, Inicial del nombre. (Año de la publicación). *Título del libro en cursivas*. DOI.

Ejemplo:

Shotton, M. A. (1989). *Computer addition?* <http://doi.org/12.1035/4848499>.

b.1.3 Libro electrónico sin DOI

Apellido, Inicial del nombre. (Año de la publicación). *Título del libro en cursivas*. Nombre del sitio. URL.

Ejemplo:

Hearn, L. (2004). *El niño que dibujaba gatos*. Narrativa Extranjera. [https://technisupp-65a46.firebaseio.com/28/El-Ni%C3%91O-Que-Dibujaba-Gatos-\(2%C2%AA-Ed\).pdf](https://technisupp-65a46.firebaseio.com/28/El-Ni%C3%91O-Que-Dibujaba-Gatos-(2%C2%AA-Ed).pdf)

b.2 Capítulo dentro de un libro compilado

Apellido del autor del capítulo, Inicial del nombre (año de la publicación). Título del capítulo entre comillas, En Apellido del compilador (Ed). *Título del libro en cursivas* (pp. xx-xx). Editorial.

Ejemplo:

Arriagada, I. (2010) “Familias sin futuro o futuros de las familias”, En Lerner S. y L. Melgar (Coords.) *Familias en el siglo XXI: realidades diversas y políticas públicas*. Universidad Nacional Autónoma de México / El Colegio de México.

b.3 Publicaciones periódicas

Son publicaciones en diferente formato (diario, revistas, fascículos) que se editan y distribuyen con regularidad.

Apellido, inicial del nombre. (Año de la publicación). Título del artículo. *Nombre de la revista en cursivas*, volumen (número), pp-pp.

Ejemplo:

Montoya, M. (2014). Máscaras y trenzas: reflexiones un proyecto de identidad y análisis a través de veinte años. *Chicana/o-Latina/o Law Review*, 32(2), 7-39.

b.3.1 Publicación electrónica periódica con DOI

Apellido, inicial del nombre. (Año de la publicación). Título del artículo. *Nombre de la revista en cursiva*, volumen (número), pp-pp. DOI

Ejemplo:

Ryan, M. & Berkowitz, D. (2009). Constructing Gay and Lesbian Parent Families. "Beyond the Closet". *Qualitative Sociology*, 32 (2), 153-172. <http://doi.org/10.1007/s11133-009-9124-6>

b.3.2 Publicación electrónica sin DOI

Apellido, inicial del nombre (Año de la publicación). Título del artículo. *Nombre de la revista en cursivas*, volumen (número), pp-pp. Nombre del sitio. URL

Ejemplo:

Scott, J. (1991). The Evidence of Experience. *Critical Inquiry*, 17 (4), 773-797. JSTOR. <http://www.jstor.org/stable/1343743>.

b. 4 Disertaciones doctorales, tesis de maestría y pregrado

Son trabajos académicos que tienen como propósito contribuir al conocimiento en una disciplina científica en particular.

Apellido, N. (Año). *Título del trabajo* [Trabajo de grado, Tesis de maestría o Tesis doctoral, Nombre de la institución que concede el título]. Nombre del repositorio. URL.

Ejemplo:

Reyes, M. (2013). *Liderazgo comunitario y capital social: una aproximación desde el campo biográfico*. [Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona]. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/129380/mire1de1.pdf>

b. 5 Redes sociales

Se trata de publicaciones que se retoman de diferentes redes sociales.

b.5.1 Facebook

Nombre de usuario (Año, mes y día). El post íntegro. [Actualización Facebook]. URL.

Ejemplo:

Roldán. C. (2018, noviembre 21) <http://aldianoticias.mx/2018/11/20/comparece-titular-de-seph-en-congreso-local/> [Facebook Update]. https://www.facebook.com/roldanramos/posts/1908437839272366?comment_id=1908477005935116¬if_id=1542844248716512¬if_t=feedback_reaction_generic

b.5.2 Twitter

Nombre de usuario. (Año, mes y día). Tuit íntegro [Tuit]. URL.

Ejemplo:

Villamil, Jenaro (2018, noviembre 22). El partido de las sillas voladoras. El PRD. Genial car-
tón de @monerohernandez #MonerosLaJornada [Tuit]. [https://twitter.com/jenarovillamil/
status/1065669078260568065](https://twitter.com/jenarovillamil/status/1065669078260568065)

b.5.3 Videos de Internet (YouTube, Vimeo, Dailymotion, etc.)

Apellido, N. [Nombre de usuario]. (Año, mes y día). *Título del video* [Archivo de video]. Plataforma de
ubicación. URL.

Ejemplo:

Canal Encuentro (2018, abril 18). *Historias debidas VIII: Silvia Rivera Cusicanqui (capítulo com-
pleto)* [Archivo de video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=1q6HfhZUGhc>

b.5.4 Mensaje publicado en un blog

Apellido, N. (Año, mes y día). Título del mensaje [Descripción de la forma]. Nombre del sitio. URL.

Ejemplo:

Altamirano, I. (2020, septiembre 8). Biblioterapia [Mensaje en un blog]. Publicaciones La
Salle Pachuca. <https://editoriallasallep.blogspot.com/2020/09/biblioterapia.html>

b.6 Medios Gráficos

Como fotografías, imágenes o pinturas.

b.6.1 Imagen de internet

Apellido, N. del autor/artista. (Año). *Título de la obra* [Formato]. Repositorio de ubicación. URL.

Ejemplo:

Eisenstaedt, A. (1945). *V-J Day in Times Square* (El beso) [Fotografía]. [https://mott.pe/noticias/
wp-content/uploads/2017/10/EL-BESO-e1507994471865.jpg](https://mott.pe/noticias/wp-content/uploads/2017/10/EL-BESO-e1507994471865.jpg)

b.6.2 Imagen u obra de exposición

Apellido, N. del autor/artista. (Año). *Título de la obra* [Formato]. Lugar donde está expuesta, Ciudad,
País.

Ejemplo:

Klimt, G. (1908-1909). *The Kiss* [Pintura al óleo]. Österreichische Galerie Belvedere, Viena,
Austria.

b.7 Medios Sonoros

Estos materiales son aquellos medios de comunicación que son percibidos por el oído.

b.7.1 Música (canciones)

Apellido, N. o nombre de agrupación. (Año del Copyright). Título de la canción. En *título del álbum*.
[Medio de grabación: disco compacto, casete, etc.]. Casa discográfica.

Ejemplo:

Winehouse, A. (2006). Rehab. En *Back to black*. [CD]. Island Records.

b.7.2 Música (CD's, DVD's, vinilos, etc.)

Apellido, N. (Año del Copyright). *Título de la obra* [Medio utilizado]. Casa publicadora.

Ejemplo:

Winehouse, A. (2006). *Back to black*. [CD]. Island Records.

b.7.3 Podcast

Apellido, N. (Productor). (Año, mes y día). *Título del podcast* [Audio podcast]. URL

Ejemplo:

Magnet, C. (Productora). *Un pueblo sin memoria es un pueblo sin futuro* [Audio podcast]. <https://copadas.subela.cl/episodes/t6-6-un-pueblo-sin-memoria-es-un-pueblo-sin-futuro-s1!-f1cd4#t=2>

b.8 Medios Audiovisuales

Películas, series, programas de TV y demás contenido similar.

b.8.1 Película

Apellido, N. (director). (Año). *Título de la película* [película]. Productora (si son varias se separan por punto y coma).

Ejemplo:

Avildsen, J. G. (director). (1976). *Rocky* [Película]. Chartoff-Winkler Productions.

b.8.2 Película en otro idioma

Apellido, N. (director). (Año). *Título original de la película* [Nombre traducido] [película]. Productora (si son varias se separan por punto y coma).

Ejemplo:

Hamer, B. (director). (2003). *Salmer fra kjøkkenet*. [Historias de la Cocina]. BulBul Films A/S; Bob Film Sweden AB; Norwegian Film Fund/Norks Filmfond.

b.8.3 Serie de televisión o streaming

Apellido, N. (Productor(a) ejecutivo(a)). (Año). *Nombre de la serie* [tipo]. Productora (si son varias se separan por punto y coma).

Ejemplo:

Gilligan, V., Johnson, M. y MacLaren, M. (Productores ejecutivos). (2008–2013). *Breaking Bad* [Serie de Televisión]. High Bridge Entertainment; Gran Via Productions; Sony Pictures Television.

b.8.4 Episodio de un programa de TV o streaming

Apellido, N. (Guionista). Apellido, N. (Productor). (Año, mes y día). Nombre del episodio (# de temporada y # de episodio) [tipo]. Apellido, N. (Productor(a) ejecutivo(a)). *Nombre de la serie o programa*. Productora (si son varias se separan por punto y coma).

Ejemplo:

Shiban, J. (Productor y Guionista). (25 de abril de 2010). *Sunset* (Temporada 3, Episodio 5) [Episodio de serie de televisión]. En Gilligan, V., Johnson, M. y MacLaren, M. (Productores ejecutivos). *Breaking Bad*. High Bridge Entertainment; Gran Vía Productions; Sony Pictures Television.

b.9 Webinar y grabación

Apellido, N. (año). *Título del webinar o grabación* [Tipo de material]. Nombre de la fuente. URL.

Ejemplo:

Ayla, R. (2020). *Webinar sobre el cuidado interprofesional en salud para el siglo XXI*. [Webinar]. Organización Panamericana de la Salud. <https://www.campusvirtualesp.org/es/webinar/webinar-sobre-el-cuidado-interprofesional-en-salud-para-el-siglo-xxi>

b.10 Fuentes Jurídicas

Las referencias legales deben asumirse de modo distinto a las citas de autores de investigación ya que tiene diferencias notables en su estilo y debe ser respetada la manera estándar de citación para todas las disciplinas del derecho.

b.10.1 Constitución Política

Nombre oficial de la Constitución [abreviación]. Artículo específico citado, § (sección o párrafo). Fecha de promulgación.

Ejemplo:

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. [C.M.] art. 1., § 1. 1917.

b.10.2 Leyes de la República

Nombre/Número y año de la ley. Asunto. Fecha de promulgación. Número en el Diario Oficial.

Ejemplo:

Ley Federal de Telecomunicación y Radiodifusión de 2014. La presente Ley tiene por objeto regular el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico. 14 de julio de 2014. DOF 15-06-2018

b.10.3 Códigos

Título oficial del Código [abreviación]. Número y año de la ley a que corresponde. Artículo(s) citado(s). Fecha de promulgación (país).

Ejemplo:

Código de Comercio [C.C]. Decreto Ejecutivo del 4 de junio de 1887. Art. 1 1996 última reforma. (México).

b.10.4 Tratados y/o acuerdos internacionales.

Acuerdos o tratados entre dos o tres participantes civiles u organizaciones: Nombre del tratado o del acuerdo. Asunto del tratado. Participantes (X – Y). Artículo. Fecha.

Acuerdos o tratados multilaterales: Nombre del tratado o de la convención. Artículo. Fecha.

Ejemplo:

Convención de Ginebra relativo al trato debido a los prisioneros de guerra. Artículo 3º. 12 de agosto de 1949.

b.11 Seminarios, Congresos, Simposios o Conferencias

Apellido, N. (Año, mes y día). *Título de la ponencia* [tipo]. Nombre del evento. Nombre del lugar, Ciudad, País.

Ejemplo:

Sánchez, C., Ayala, D. y Bocarosa, E. (17-29 de noviembre de 2018). *La biodiversidad y la supervivencia humana en la tierra* [Discurso principal]. Conferencia de las Naciones Unidas, Sharm, El-Sheikh, Egipto.

b.12 App (aplicación móvil)

Apellido, N. (del individuo o grupo que posee los derechos del software). (Año). *Nombre de la App* (Versión) [Tipo]. Nombre de la tienda. URL.

Ejemplo:

MH Riley Ltd. (2020). *Spending Tracker* (2.3.1) [Aplicación móvil]. Google Play. https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mhriley.spendingtracker&hl=en_US

3. Gráficos o tablas integradas al trabajo en el espacio correspondiente donde han de aparecer, numeradas en forma seriada. En el caso de imágenes, han de ser enviadas en formato JPEG para que se mantengan los colores, la proporción y el tamaño originales.

A pie del gráfico, tabla o imagen, se debe señalar el título o la breve explicación de su contenido, autor(a) de la misma y la fuente de donde se extrajo. Es responsabilidad de cada autor la tramitación de los permisos correspondientes para el uso de gráficos e imágenes en la publicación.

4. A partir del año 2020 la revista cambia su licenciamiento a Open Access, por lo que ya no es necesario ceder los derechos del texto. Se entiende que el autor envía su artículo por decisión propia y está de acuerdo con el licenciamiento de la revista que no tiene fines de lucro. **Únicamente, requerimos los datos del autor para integrarlos en el texto que serían:** nombre completo del autor, formación académica, correo electrónico, breve reseña de la actividad profesional y ORCID. Así como especificar si su investigación fue financiada por alguna institución o por medios propios. El repositorio completo de nuestras revistas de investigación se podrá consultar en la página <http://www.lasallep.edu.mx/revistas/index.php/huella/>

5. Los documentos se adaptarán a las normas de edición de la revista, con una extensión de entre 15 y 40 cuartillas a doble espacio incluyendo tablas, gráficos y fuentes de consulta. Se podrán hacer las correcciones de estilo que contribuyan a mejorar la redacción del texto.

6. Se realizará el siguiente proceso para valorar la calidad de los trabajos a publicar: sólo se llevarán al sistema de arbitraje aquellas aportaciones que cumplan estrictamente las indicaciones antes descritas, mismas que serán revisadas en dictamen interno por un evaluador; si la primera valoración es satisfactoria, se enviará a arbitraje de dos pares especialistas académicos para dictamen externo, quienes evaluarán en la modalidad doble ciego los trabajos de acuerdo con los criterios de pertinencia, originalidad, congruencia teórica y aporte académico. Se determinarán de manera anónima tres posibles fallos: publicable, publicable con modificaciones o no publicable. En caso de discrepancia sobre la evaluación, se enviará a un tercer dictamen para definir su publicación. El dictamen final se le hará saber por escrito al autor, mismo que será inapelable. En caso de ser publicable con modificaciones, se indicará de manera específica lo que habría que corregir otorgando 20 días hábiles más para devol-

ver la versión final del mismo. En otro plazo no mayor a 20 días hábiles, se le indicará la valoración final establecida por uno de los dictaminadores.

Serán publicados seis o siete textos que obtengan dos evaluaciones positivas de las revisiones internas y externas y se encuentren ajustados a los criterios de la convocatoria y normas de publicación de la revista.

7. Las aportaciones sometidas al proceso de evaluación interna y externa podrán entregarse en forma personal en la Universidad La Salle Pachuca, campus la Concepción, Coordinación de Publicaciones Editoriales; ser enviados por e-mail al contacto de la revista lahuelladelapalabra@lasallep.edu.mx o bien, ser ingresados por l@s autor@s al sistema Open Journal (OJS) de la revista *Huella de la Palabra*, generando previamente el registro en el mismo: <http://www.lasallep.edu.mx/revistas/index.php/huella/>, completando todos los campos del formulario de registro como autor. Se enviará una copia de resguardo al correo de la revista lahuelladelapalabra@lasallep.edu.mx. El autor ha de guardar el usuario y contraseña del OJS para poder acceder al sistema las veces que lo requiera, ya que sólo él posee y tiene acceso a dichos datos.

Universidad la Salle Pachuca

Coordinación Publicaciones Editoriales

Av. San Juan Bautista de La Salle No. 1,

San Juan Tilcuautla, Mpio. San Agustín Tlaxiaca,

Hgo. C. P. 42160.

Teléfono (+ 52 771) 7170213, ext. 1144.

Dirección electrónica:

lahuelladelapalabra@lasallep.edu.mx

Sitio web para consultar la revista:

www.lasallep.edu.mx

Responsable de la revista:

Jessica N. Enciso Arredondo

jnenciso@lasallep.edu.mx

PUBLICATION RULES

Investigating is discovering, reflecting and producing new knowledge. The essential meaning of this magazine is to offer the initial results of the research produced by the students, within the enriching process of Lasallian education. *La Huella de la Palabra* refers to the evolution that exists in the word from being a tool of thought and research to being an instrument of dissemination and transcendence. It grows, it mutates, it becomes a tool of thought again, leaving traces during its improvement that are intended to be lasting. This magazine is annual, refereed and multidisciplinary.

Collaborations are subject to the following conditions:

1. Original works that are not proposed simultaneously for other publications.
2. Research reports, research articles, states of the question and reviews may be submitted as follows:

a) Research reports:

The investigation report is the last step of an investigation. There are two main characteristics: reliability and objectivity.

The most general parts that it must have:

- Cover page. It includes the general data (author, title of the work, institution to which the author belongs, etc.).
- Introduction. It should include the purpose of the work, its importance, and a summary of the methodology, study period, and conclusions.
- Body. The description of the procedures, type of analysis (qualitative / quantitative), frameworks (theoretical and conceptual), applied instruments, statistical results if applicable, interpretation of the data should be included.
- Conclusions or results. Statement of the results or conclusions reached. The unity between hypotheses and results should be clear in this section. The report must include both the main contributions to the subject and its scope and limitation.
- References used. It must be cited under the APA (American Psychological Association) standards in its seventh version.
- Annexes. If there were.

b) Research articles:

Original scientific text that communicates theoretical and / or empirical findings in the fields of knowledge of the different sciences, through an argumentative apparatus and a methodology used, thereby contributing to the generation of new knowledge and / or its application, as well as new theoretical and methodological perspectives in each field of science.

Partial research reports, documentary research studies that systematize the well-founded treatment of a relevant topic, reflections derived from an argumentative discussion on issues of social controversy, case study reports or results of an intervention, pedagogical proposals with applied methodology may be presented. as an alternative response to a teaching situation or didactic experiences that recover what happened in a descriptive and critical way and that contribute to the reflection of social situations.

Structure of the articles:

- Qualification. That frame the content of the work (Spanish and English).
- Name of the author (s) with an asterisk at the bottom of the page stating their professional training, institution of affiliation and email.
- Keywords. Five relevant keywords in the knowledge area of the article (Spanish and English).
- Abstract. No more than 150 words. If it is a partial research report, case study or intervention, indicate the date it began and ended, as well as the participating institutions (Spanish and English).
- Content: Introduction, theoretical framework, methodological framework, partial or final results with discussion and conclusions. Include citations integrated into the text of at least 20 references and, if required, integrate the footnotes. Extension: between 15 and 40 pp.
- Graphics, tables and images must be inserted in the text and must be numbered according to the order in which they are presented; Likewise, its content and source must be indicated in a footnote to the table or image.
- References in format according to the 7th edition of APA (only the sources cited in the text).

c) States of the question:

It is about the presentation and criticism of the antecedents of the object of study of a line of research, considering its context, its problems, the identified findings, and the existing bibliography.

Generally, the state of the art or state of the art is a study prior to the development and outline of the research to be carried out. Its importance is that before drafting the protocol and developing each chapter, an analysis of the sources must be made and the context of the chosen line of research must be considered. In addition, the most significant findings that other researchers made previously must be recovered in order not to repeat the same aspects and advance in the new discoveries.

The result should be a report that offers an assessment of everything analyzed, especially the bibliography consulted, and the findings identified therein.

Huella de la Palabra admits unpublished states of the question for researchers to announce the projects they are working on. The writing criteria are the same for research articles. It is suggested to consider the following aspects: Title, author's name, introduction, subtitles in bold before each section or chapter and references in accordance with the current APA format.

d) Reviews:

Critical comment on a literary or scientific work with the aim of presenting, introducing, highlighting, contrasting and analyzing its contents and arguments. In *Huella de la Palabra* reviews of works relevant to science are accepted.

In case of participating with a review, the following structure must be followed:

- Head. In the first line: title of the book in italics, full name of the author of the book, publisher and year; in the second line: full name of the author of the review and his email.
- Text. Maximum length of three pages, must give an account of the content of the work in detail and express a critical judgment based on it.
- Attach the image of the book cover in JPG or PNG format in good resolution.

e) Literary creation texts:

Short story, poetry, chronicle, essay and interview. For this type of text, the structure will be as follows:

- Head. In the first line: title; in the second line: full name aligned to the right and indicate with a footnote asterisk the academic and professional profile and email.
- Text. Maximum length of 15 pages.

2.1 The format of the research articles, reports, reviews and states of the question must contain the following structure and order:

- Title: Times New Roman 12 pts., Capital letters, bold and centered.
- Author (s) of the article: full name aligned to the right; indicate with an asterisk in the footnote the academic and professional profile and email.
- Summary in Spanish and English Times New Roman 10 pts., 150 words maximum and containing a synthesis of the purpose, the methodology used and the results obtained. The month and year of completion of the work must also be indicated.
- Five keywords that identify the content.
- Text in Times New Roman 12 pts., Double spaced, from 15 to 40 pages (including graphics and list of references) and aligned to the left, indentation (Indent) at 5 spaces in all paragraphs.
- Subtitles in bold must be aligned to the left.

2.2 References of citations and sources of consultation must clearly distinguish the contributions of other authors and must be presented in accordance with current APA standards:

a) Quotes

a.1 Textual or direct

These are quotes in which literal fragments or ideas of a text or an author are presented. Missed words or phrases are replaced with ellipsis in brackets [...]. The author's last name, the year of publication, and the page from which the quotation was taken are included. If the cited source has no pagination, then the paragraph number is written. The format of the citation will vary depending on the emphasis, either on the author or in the text.

a.1.1 Short quotes

When the textual quotation is less than 40 words, it is written in quotation marks, immersed in the text and without italics. A point is written after the end of the appointment and the data.

Short quote based on the author:

Toussaint (2000) affirms that the transmission of information “[...] from the mass media to the leaders, and from them to their followers, is called ‘two-step communication flow’” (p. 16).

O well,

Toussaint (2000, p. 13) points out that: “From functionalism arises, for the first time in the history of sociology, the study of the mass media and its effects on the public”.

Short quote based on the text:

In the process of colonization, the Indian resistance was defeated on the military level. “Overcome by force, the Indian peoples, however, have resisted: they remain as differentiated social communities, with their own identity that is sustained by a particular culture in which the members of each group participate exclusively” (Bonfil, 2001, p 191).

a.1.2 Long quote

When the textual quotation exceeds more than 40 words, it is required to present it in a separate paragraph from the central text, with a font two points smaller in size, without quotation marks and with an indentation of five spaces or 0.5 cm on the left side in the entire paragraph. At the end of the quotation the period is placed before the data, unlike in citations with less than 40 words in which the period is placed after the data. Similarly, the organization of the data may vary depending on where the emphasis is placed, as in the previous case.

Long quote based on the author:

As Toussaint (2000) points out about the transmission of information:

[...] From the mass media to the leaders, and from these to their followers, it is called a “two-step communication flow”. However, the phenomena of communication in opinion leadership acquire the character of “multiple steps”, Due to the existence of repeaters of the assertions of the leaders, you want to their part will also seek the opinions of other people (p. 16).

Long quote based on the text:

When characterizing the country, we have today, it is essential to consider that:

[...] Mexico is a poor country. Those large areas of land are not suitable for a “modern” crop and that others have eroded and produced less because they were exploited in an irrational way. Those things have gone to the extreme that our agriculture does not harvest enough basic products that are required to feed Mexicans even at the minimum essential level. Our dependence on hunger grows: the country in which corn was invented now imports corn (Bonfil, 2001, p. 217).

a.2 Paraphrased or indirect

These are those quotes that express the same content or idea of an author or a text, but with a different syntactic structure. The quotation is included in the paragraph without quotation marks, and it is not necessary to put the page or paragraph number. It must contain in parentheses the last name of the author –or authors– and the year of publication of the book, magazine, or publication on the Internet or, in case of personal communication, the year of contact.

Example:

In the conference given by Ruelas Barajas (2006), he commented that in organizations it is important to find a balance between technical quality and human quality.

O well,

In a recent conference at the La Salle Pachuca University Auditorium (Ruelas, 2006) he commented that in organizations it is...

a.3 Quote about something that has already been cited

Forwards to a secondary appointment or to an appointment within an appointment. The source consulted requires that it be indicated in this way:

Toussaint (1964 cited in Schramm, 2002) indicates that “the source can be a person (who speaks, writes, draws or makes gestures) or an information organization (a newspaper, a publishing house, a television station or a film studio) “.

Only the text that was consulted directly (in this case, that of Schramm) should be included in the list of references.

a.4 Rules according to number of authors

When the original source has two authors, both are always cited.

Example:

(Moles and Zeltmann, 1973).

When it comes to a source with three or more authors, from the first citation, only the first author and the Latin phrase *et al.*

Example:

Best *et al.* (2005) concluded that ...

a.5 Citations of the same author with the same publication date

If two sources by the same author are used and they were published in the same year, it is required to identify them with letters.

Example:

Phillips (2004a and 2004b) proposes a classification ...

a.6 Quotations from classical works

The year of the translation is entered, in addition to the year of the book that was examined.

Example:

(Plato translated in 1966), Villalobos (2003).

Texts such as the Bible and the Koran, as well as personal communications (personal letters, memoranda, electronic messages) are cited within the text, but are not included in the reference list.

a.7 Quote from an interview

The citation of the information obtained in an interview should mention the last name of the interviewee, the subject, and the date.

Example:

Arteaga (Impulsa Magazine, February 12, 2006).

a.8 Web appointments:

There are two ways to cite websites. The first one is called in passing, it mentions the website in the text, only the URL is placed in parentheses and the citation is not incorporated into the list of references,

Example:

Roser Batlle, on his blog (<https://roserbatlle.net/>), has incorporated different pedagogical contributions for teachers.

The second way to cite a website is when using a particular text. The citation is made in the usual way: (surname, year) or surname (year) and is incorporated into the list of references.

Example:

Colmenares (2008) indicates that the research has developed two major trends: one sociological and the other educational.

a.8.1 YouTube Videos

Videos on YouTube are uploaded by people who made the video or someone else made it. Such people use a Nick name or their username. The in-text citation is made with the name or Nick name outside the parentheses and the date, which is enclosed in parentheses.

Nick name or username (year, month, and day)

Example:

Canal Encuentro (2018, April 18) gives an account of the biography of Silvia Rivera Cusicanqui, an Aymara indigenous who...

a.8.2. Twitter

Username (year, month, and day).

Example:

Aristegui Noticias (2018, November 22) states that the European Union

and the United Kingdom reached an agreement regarding Brexit ...

a.8.3 Facebook

Username (year, month, and day).

Example:

La Salle Pachuca University (2018, November 22) announced that a third-semester student of the Bachelor of Graphic Design won the third international place in the 5th International Poster Biennial.

b) The list of references

They start on a new page after the text, but before the tables, figures, and appendices. The sheet is titled “References”, the first letter is capitalized, all in bold and the text centered.

The complete reference list must have a double-spaced line spacing. They are placed alphabetically by the paternal surname of the author and each one must have French indentation (the first line is oriented to the left and the following lines are indented), all those texts that were stated during the writing of the research report, article, or state of the matter.

The URLs must be enabled as hyperlinks, to be able to click them and go directly to the cited source.

b.1 Book

Last name, Initial of the first name. (Year of publication). *Title of the book*. Editorial.

Example:

Kerlinger, F. (2002). *Behavioral research. Research methods in social sciences*. McGraw-Hill.

b.1.1 Book with editor, compiler, or coordinator

Surname, Initial of the first name (Ed.). (Year of publication). *Title of the book*. Editorial.

Example:

Schuessler, M. and M. Capistrán (Coords.). (2010). *Mexico is written with J. A history of gay culture*. Planet.

b.1.2 Electronic book with DOI

The DOI (Digital Object Identifier) is an identifier of articles in magazines, book chapters or a book regardless of the URL, so that if it changes, the digital object can be found.

Last name, Initial of the first name. (Year of publication). *Title of the book*. DOI.

Example:

Shotton, M. A. (1989). *Computer addition?* <http://doi.org/12.1035/4848499>.

b.1.3 Electronic book without DOI

Last name, Initial of the first name. (Year of publication). *Title of the book*. Name of the site. URL.

Example:

Hearn, L. (2004). *The boy who drew cats. Foreign Narrative*. [https://technisu-pp-65a46.firebaseio.com/28/El-Ni%C3%91O-Que-Dibujaba-Gatos-\(2%C2%AA-Ed\).pdf](https://technisu-pp-65a46.firebaseio.com/28/El-Ni%C3%91O-Que-Dibujaba-Gatos-(2%C2%AA-Ed).pdf)

b.2 Chapter within a compiled book

Chapter author's last name, initial of the name (year of publication). Chapter title in quotation marks, In Compiler's last name (Ed). *Title of the book*. (pp-pp). Editorial.

Example:

Arriagada, I. (2010) "Families without a future or future of families", In Lerner S. and L. Melgar (Coords.) *Families in the XXI century: diverse realities and public policies*. (pp. 67-92). National Autonomous University of Mexico / El Colegio de México.

b.3 Periodicals

They are publications in different formats (newspaper, magazines, fascicles) that are published and distributed regularly.

Surname, initial of the name. (Year of publication). Article title. *Name of the journal*, volume (number), pp-pp.

Example:

Montoya, M. (2014). Masks and braids: reflections a project of identity and analysis through twenty years. *Chicana / o-Latina / o Law Review*, 32 (2), 7-39.

b.3.1 Periodic electronic publication with DOI

Surname, initial of the name. (Year of publication). Article title. *Name of the journal*, volume (number), pp-pp. DOI

Example:

Ryan, M. & Berkowitz, D. (2009). Constructing Gay and Lesbian Parent Families. "Beyond the Closet". *Qualitative Sociology*, 32 (2), 153-172. <http://doi.org/10.1007/s11133-009-9124-6>

b.3.2 Electronic publication without DOI

Surname, first initial (Year of publication). Article title. *Name of the journal*, volume (number), pp-pp. Name of the site. URL.

Example:

Scott, J. (1991). The Evidence of Experience. *Critical Inquiry*, 17 (4), 773-797. JSTOR. <http://www.jstor.org/stable/1343743>.

b. 4 Doctoral dissertations, master's, and undergraduate theses

They are academic works whose purpose is to contribute to knowledge in a particular scientific discipline.

Surname, N. (Year). *Title of the work* [Degree work, Master's thesis or Doctoral thesis, Name of the institution that grants the title]. Name of the repository. URL.

Example:

Reyes, M. (2013). *Community leadership and social capital: an approach from the biographical field*. [Doctoral Thesis, Autonomous University of Barcelona]. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/129380/mire1de1.pdf>

b. 5 Social networks

These are publications that are taken from different social networks.

b.5.1 Facebook

Username (Year, month, and day). The entire post. [Facebook update]. URL.

Example:

Roldan. C. (2018, November 21) <http://aldianoticias.mx/2018/11/20/comparece-titular-de-seph-en-congreso-local/> [Facebook Update].

https://www.facebook.com/roldanramos/posts/1908437839272366?comment_id=1908477005935116¬if_id=1542844248716512¬if_t=feedback_reaction_generic

b.5.2 Twitter

Username. (Year, month, and day). Whole tweet [tweet]. URL.

Example:

Villamil, Jenaro (2018, November 22). The party of the flying chairs. The PRD. Great cardboard from @monerohernandez #MonerosLaJornada [Tweet].

<https://twitter.com/jenarovillamil/status/1065669078260568065>

b.5.3 Internet videos (YouTube, Vimeo, Dailymotion, etc.)

Last name, N. [Username]. (Year, month, and day). *Video title* [Video file]. Location platform. URL.

Example:

Canal Encuentro (2018, April 18). Due Stories VIII: Silvia Rivera Cusicanqui (full chapter) [Video file]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=1q6HfhZU-Ghc>

b.5.4 Message posted on a blog

Surname, N. (Year, month, and day). Message title [Description of the form]. *Name of the site*. URL.

Example:

Altamirano, I. (2020, September 8). Biblioterapia [Post in a blog]. La Salle Pachuca Publications. <https://editoriallasallep.blogspot.com/2020/09/biblioterapia.html>

b.6 Graphic Media

Such as photographs, pictures, or paintings.

b.6.1 Internet image

Last name, N. of the author / artist. (Year). *Title of the work* [Format]. Location repository. URL.

Example:

Eisenstaedt, A. (1945). V-J Day in Times Square (The kiss) [Photography]. <https://mott.pe/noticias/wp-content/uploads/2017/10/EL-BE-SO-e1507994471865.jpg>

b.6.2 Image or exhibition work

Last name, N. of the author / artist. (Year). *Title of the work* [Format]. Place where it is exposed, City, Country.

Example:

Klimt, G. (1908-1909). *The Kiss* [Oil Painting]. Österreichische Galerie Belvedere, Vienna, Austria.

b.7 Sound Media

These materials are those means of communication that are perceived by the ear.

b.7.1 Music (songs)

Last name, N. or name of grouping. (Copyright year). *Song title*. In album title. [Recording medium: compact disc, cassette, etc.]. Record company.

Example:

Winehouse, A. (2006). *Rehab*. In *Back to black*. [CD]. Island Records.

b.7.2 Music (CDs, DVDs, vinyls, etc.)

Surname, N. (Copyright Year). *Title of the work* [Medium used]. Publishing house.

Example:

Winehouse, A. (2006). *Back to black*. [CD]. Island Records.

b.7.3 Podcast

Surname, N. (Producer). (Year, month, and day). *Podcast title* [Audio podcast]. URL

Example:

Magnet, C. (Producer). *A people without memory, are people without a future* [Audio podcast]. <https://copadas.subela.cl/episodes/t6-6-un-pueblo-sin-memoria-es-un-pueblo-sin-futuro-s1!f1cd4#t=2>

b.8 Audiovisual Media

Movies, series, TV shows and other similar content.

b.8.1 Movie

Surname, N. (director). (Year). *Title of the film* [film]. Producer (if there are several they are separated by semicolons).

Example:

Avildsen, J. G. (director). (1976). *Rocky* [film]. Chartoff-Winkler Productions.

b.8.2 Movie in another language

Surname, N. (director). (Year). *Original title of the film* [Translated name] [film]. Producer (if there are several they are separated by semicolons).

Example:

Hamer, B. (director). (2003). *Salmer fra kjøkkenet*. [Kitchen Stories]. BulBul Films A / S; Bob Film Sweden AB; Norwegian Film Fund / Norks Filmfond.

b.8.3 Television series or streaming

Last name, N. (Executive Producer). (Year). *Series name* [type]. Producer (if there are several they are separated by semicolons).

Example:

Gilligan, V., Johnson, M. and MacLaren, M. (Executive Producers). (2008–2013). *Breaking Bad* [Television Series]. High Bridge Entertainment; Gran Via Productions; Sony Pictures Television.

b.8.4 Episode of a TV or streaming program

Surname, N. (Screenwriter). Surname, N. (Producer). (Year, month, and day). Episode name (season # and episode #) [type]. Last name, N. (Executive Producer). *Name of the series or program*. Producer (if there are several they are separated by semicolons).

Example:

Shiban, J. (Producer and Screenwriter). (April 25, 2010). Sunset (Season 3, Episode 5) [Television series episode]. In Gilligan, V., Johnson, M. and MacLaren, M. (Executive Producers). *Breaking Bad*. High Bridge Entertainment; Gran Via Productions; Sony Pictures Television.

b.9 Webinar and recording

Surname, N. (year). *Title of the webinar or recording* [Type of material]. Name of the source. URL.

Example:

Ayla, R. (2020). *Webinar on interprofessional health care for the 21st century*. [Webinar]. Panamerican Health Organization.

<https://www.campusvirtualsp.org/es/webinar/webinar-sobre-el-cuida-interprofesional-en-salud-para-el-siglo-xxi>

b.10 Legal Sources

Legal references should be assumed differently from citations of research authors since they have notable differences in their style and the standard way of citation must be respected for all disciplines of law.

b.10.1 Political Constitution

Official name of the Constitution [abbreviation]. Specific article cited, § (section or paragraph). Date of enactment.

Example:

Political Constitution of the United Mexican States. [C.M.] art. 1., § 1. 1917.

b.10.2 Laws of the Republic

Name / Number and year of the law. Affair. Date of enactment. Number in the Official Gazette.

Example:

Federal Telecommunication and Broadcasting Law of 2014. The purpose of this Law is to regulate the use, exploitation, and exploitation of the radioelectric spectrum. July 14, 2014. DOF 06-15-2018

b.10.3 Codes

Official title of the Code [abbreviation]. Number and year of the law to which it corresponds. Cited article (s). Date of promulgation (country).

Example:

Commercial Code [C.C]. Executive Decree of June 4, 1887. Art. 1 1996 last reform. (Mexico).

b.10.4 International treaties and / or agreements.

Agreements or treaties between two or three civil participants or organizations: Name of the treaty or agreement. Subject of the treaty. Participants (X - Y). Article. Date.

Multilateral agreements or treaties: Name of the treaty or convention. Article. Date.

Example:

Geneva Convention relative to the Treatment of Prisoners of War. Article 3. August 12, 1949.

b.11 Seminars, Congresses, Symposia or Conferences

Surname, N. (Year, month, and day). Title of the presentation [type]. *Name of the event*. Place name, City, Country.

Example:

Sánchez, C., Ayala, D. and Bocarosa, E. (November 17-29, 2018). *Biodiversity and human survival on earth* [Keynote speech]. United Nations Conference, Sharm, El-Sheikh, Egypt.

b.12 App (mobile application)

Last name, N. (of the individual or group that owns the rights to the software). (Year). *App's Name* (Version) [Type]. Store's name. URL.

Example:

MH Riley Ltd. (2020). *Spending Tracker* (2.3.1) [Mobile Application]. Google Play. https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mhriley.spendingtracker&hl=en_US

3. Graphs or tables integrated into the work in the corresponding space where they must appear, numbered serially. In the case of images, they must be sent in JPEG format so that the original colors, proportion, and size are maintained.

At the bottom of the graph, table or image, the title or brief explanation of its content, its author, and the source from which it was extracted should be indicated. It is the responsibility of each author to process the corresponding permissions for the use of graphics and images in the publication.

4. As of 2020, the magazine changes its licensing to Open Access, so it is no longer necessary to assign the rights to the text. It is understood that the author submits his article by his own decision and agrees

with the licensing of the non-profit magazine. We only require the author's data to integrate them into the text, which would be full name of the author, academic training, email and brief review of professional activity. As well as specifying whether your research was funded by an institution or by its own means.

5. The magazine also changes its format from print to digital. The collection of volumes can be consulted on the page <http://www.lasallep.edu.mx/revistas/index.php/huella/>

6. The documents will be adapted to the journal's publishing standards, with an extension of between 15 and 45 double-spaced pages including tables, graphs, and reference sources. Style corrections may be made to help improve the writing of the text.

7. The following process will be carried out to assess the quality of the works to be published: only those contributions that strictly comply with the aforementioned indications will be taken to the arbitration system, which will be reviewed in an internal opinion by an evaluator; If the first evaluation is satisfactory, it will be sent to arbitration by two academic specialist peers for external opinion, who will evaluate the works in the double-blind mode according to the criteria of relevance, originality, theoretical congruence and academic contribution. Three possible failures will be determined anonymously: publishable, publishable with modifications, or not publishable. In case of discrepancy on the evaluation, a third opinion will be sent to define its publication. The final opinion will be made known to the author in writing, which will be final. In case of being publishable with modifications, it will be specifically indicated what should be corrected, giving 20 more business days to return the final version of the same. Within another period of no more than 20 business days, the final assessment established by one of the reviewers will be indicated.

Six or seven texts will be published that obtain two positive evaluations from the internal and external reviews and are adjusted to the criteria of the call and publication rules of the journal.

8. Contributions submitted to the internal and external evaluation process may be delivered in person at La Salle Pachuca University, La Concepción campus, Coordination of Editorial Publications; be sent by e-mail to the contact of the journal lahuelladelapalabra@lasallep.edu.mx or, be entered by the authors to the Open Journal (OJS) system of the *Huella de la Palabra* journal, previously generating the record in it: <http://www.lasallep.edu.mx/revistas/index.php/huella/>, completing all the fields of the registration form as author. The author must save the OJS username and password to be able to access the system as often as required, since only he owns and has access to said data.

La Salle Pachuca University
Coordination of Editorial Publications
Av. San Juan Bautista de La Salle No. 1,
San Juan Tilcuautla, Mpio. San Agustín Tlaxiaca,
Hgo. C. P. 42160.
Telephone (+ 52 771) 7170213, ext. 1144.

Email address:

lahuelladelapalabra@lasallep.edu.mx

Website to consult the magazine:

www.lasallep.edu.mx

Responsible for the magazine:

Jessica N. Enciso Arredondo

jnenciso@lasallep.edu.mx

