

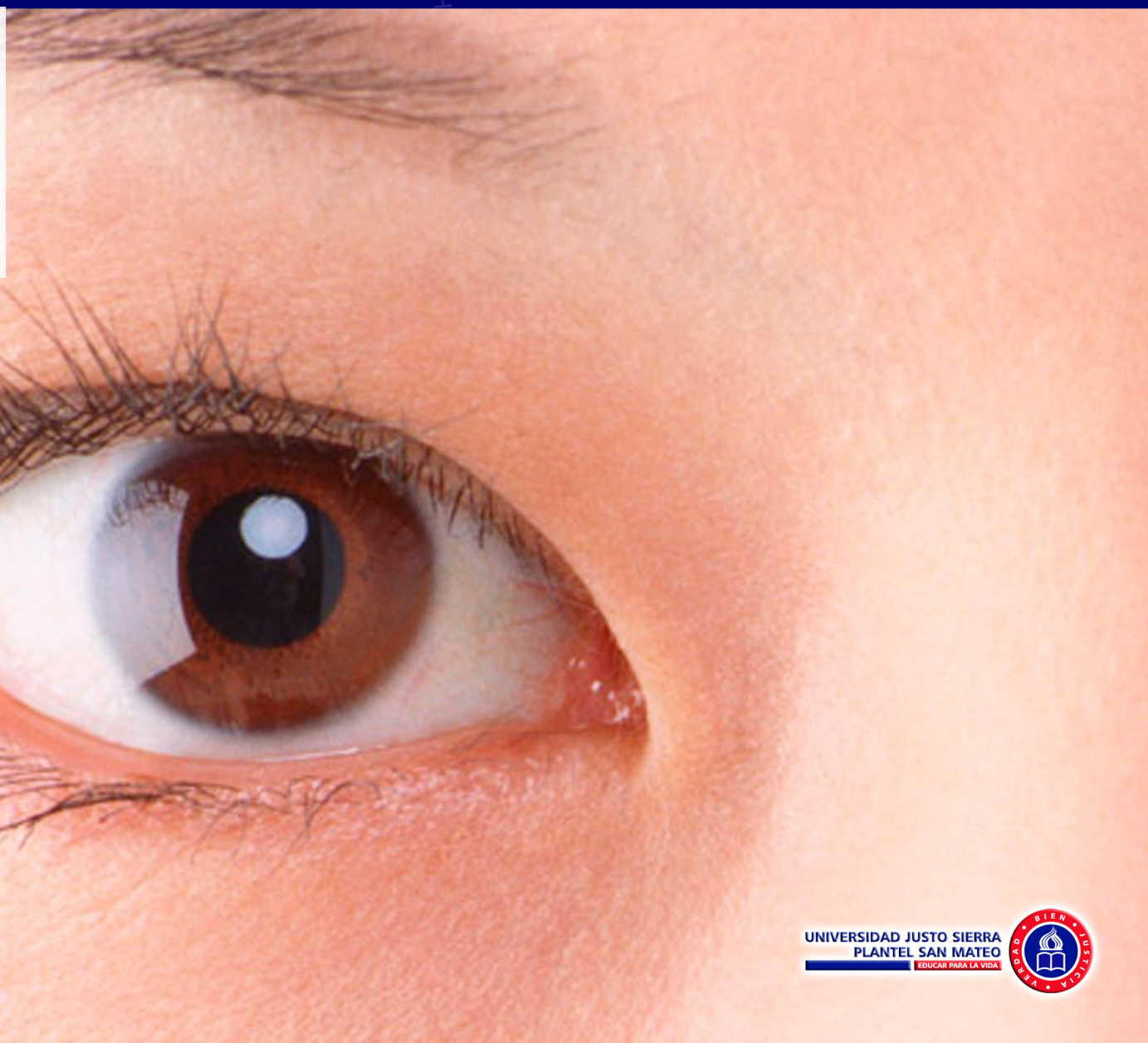
Puntos suspens...

Vol. I, Número CERO, 25/05/2013 MMXIII

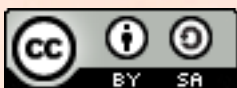


Justo Sierra
COMUNICACIÓN
Educar para la vida

- Periodismo.
- Medios y Tecnología.
- Cultura.
- Academia, Teoría e Investigación.
- Sociedad, Economía y Política.
- Campo Laboral.



Orografía de portada: <http://www.photorack.net/index.php?action=showpic&cat=39&pic=2806>



Contenido

2 Contenido

3 Editorial

4 Periodismo.

Libertad de expresión ¿mito o realidad?

Por: Mtra. Verónica Contreras González

6 Medios y Tecnología.

Transmedia Storytelling: el futuro de los medios de comunicación.

Por: Mtro. Rubén Darío Vázquez Romero

10 Cultura.

Entre el famoseo y el vedetismo...

Por: Lic. Martha Yolanda Tobías Rodríguez

12 Academia, Teoría e Investigación.

Red-descubrimiento de la comunicación.

Por: Dra. Alma Lucía Martínez Castro

14 Sociedad, Economía y Política.

Política y Posmodernidad.

Por: D.C.G. Carlos Pérez Segura

16 Campo Laboral.

Currículum vitae o ridículum vitae.

Por: Lic. Ángel Hernández Molina

DIRECTORIO

Prof. José Reyes Oliva

Rector Universidad Justo Sierra

Lic. Miriam Reyes Carrillo

Directora del Plantel San Mateo

Dr. Juan de Dios Carrillo Rocha

Vicerrector Universidad Justo Sierra

Mtra. Martha Huerta Olea

Directora Universidad Plantel San Mateo

D.G. Carlos Pérez Segura

Director de la Licenciatura en Comunicación

Mtra. Verónica Contreras González

Mtro. Rubén Darío Vázquez Romero

Lic. Martha Yolanda Tobías Rodríguez

Dra. Alma Lucía Martínez Castro

D.C.G. Carlos Pérez Segura

Lic. Ángel Hernández Molina

Consejo Editorial

D.G. Carlos Pérez Segura

Diseño Editorial



Puntos suspens... by Licenciatura en Comunicación, Universidad Justo Sierra Plantel San Mateo. is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-CompartirIgual 3.0 Unported License.
http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.es_ES
Puntos suspens... by <a xmlns:cc="http://creativecommons.org/ns#" href="http://www.facebook.com/comunicacion.sanmateo" property="cc:attributionName" rel="cc:attributionURL">Licenciatura en Comunicación, Universidad Justo Sierra Plantel San Mateo. is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-CompartirIgual 3.0 Unported License.

Editorial

Por: D.C.G. Carlos Pérez Segura

Dice el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española de los puntos suspensivos: “Signo de puntuación formado por tres puntos consecutivos (...) —y solo tres—, llamado así porque entre sus usos principales está el de dejar en suspenso el discurso”.

El nombre de esta revista responde más que a la literalidad de la definición, al espíritu de lo que sugieren; cada número y artículo publicado serán siempre ideas de quien escribe y el punto final de cada texto será una interrupción voluntaria de la idea, al tiempo que un dejar en suspenso la continuación de lo escrito y el diálogo con el lector de las ideas expuestas, sea dentro o fuera del medio, de cualquier manera es un ejercicio de insinuación e invitación permanente, siempre el suspenso... nunca la suspensión.

Invitación al misterio del futuro en el que las ideas serán el terreno de juego, debate y encuentro... siempre la palabra como instrumento, ya sea de los miembros de la comunidad de la Licenciatura en Comunicación del Plantel San Mateo, como de comunidades aledañas siempre bienvenidas, pues esta es una invitación abierta donde todo es respetable, desde lo que el espíritu universitario representa y nada es intocable por lo que el compromiso que la universidad sostiene con las ideas.

Las secciones están establecidas y la actividad universitaria determinará su desarrollo...

Bienvenidas las primeras ideas y esperadas las respuestas y colaboraciones futuras y, en consonancia con el título de la revista...

Libertad de expresión ¿mito o realidad?

A lo largo de la historia podemos encontrar casos de la censura que ha vivido la prensa en nuestro país.

4

Por: Mtra. Vreónica Contreras González

Todavía a inicios de este siglo se podrían distinguir tres tabúes en el periodismo mexicano: La virgen de Guadalupe, que ha conservado este estatus; el Ejército Mexicano, quien ha luchado por mejorar su imagen y, el Presidente de la República.

Y aunque hoy se puede hablar con cierta libertad de esta figura, no siempre fue así y, a lo largo de la historia podemos encontrar casos de la censura que ha vivido la prensa en nuestro país.

Durante el Porfiriato todas aquellas publicaciones desafectas al régimen sufrieron serios ataques, inclusive Díaz tuvo que abatir todos los medios de expresión críticos para poder aprobar el artículo 78 de la Constitución que permitía al presidente reelegirse de forma indefinida. De esta forma el siglo XIX terminó acompañado de presos políticos, ideológicos y periodistas que llenaron las celdas del país.

Al desplomarse el régimen Maderista, Venustiano Carranza se preocupó por contar con una prensa afín a sus intereses y casualmente, muchos periodistas que participaron lealmente con sus publicaciones, llegaron como Diputados al Constituyente de Querétaro.

Una vez instituido el Partido Nacional Revolucionario, el Estado mantuvo a los diarios dóciles y carentes de crítica a través de prerrogativas fiscales, centralización de la información y corrupción a periodistas.

Lázaro Cárdenas aumentó los instrumentos de control para la prensa con la creación de la Productora e Importadora de Papel, Sociedad Anónima (PIPSA), mediante la cual el Estado proporcionaba el papel a los diarios y pudieran sacar a la luz pública su trabajo.



<http://www.morguefile.com/archive/display/203210>

De sexenio en sexenio, la situación prevalece aunque con diferentes medidas o medios de represión; es lamentable que en pleno siglo XXI aún existan amenazas y censura por parte de aquellos que detentan el poder.

En la historia reciente podemos hablar del sexenio de Vicente Fox, durante el cual se registraron alrededor de 27 periodistas muertos, esto a pesar de que el ex presidente en varios de sus discursos afirmara que la libertad de expresión se ejercía a cabalidad pues el Estado Mexicano así lo garantizaba.

Hacia finales del 2012 y del sexenio de Calderón se contabilizaban, según la revista Contralínea, 75 agresiones contra periodistas de las cuales 60 fueron asesinatos y 15 desapariciones. Por otro lado, el 3 de marzo la publicación en línea unomásuno, asegura que 82 comunicadores fueron secuestrados y ultimados y 14 más están desaparecidos.

A ciencia cierta no se sabe el número de periodistas muertos y desaparecidos en el período Calderonista, lo cierto es que todas estas agre-

siones no coinciden con el discurso oficial de respetar y salvaguardar la libertad de expresión.

¿Qué nos espera con el regreso del Partido Revolucionario Institucional al poder? En un discurso con los directivos del Grupo de Diarios de América Latina y todavía en su calidad de candidato a la presidencia de México, Peña Nieto dijo comprometerse a defender el derecho a la libertad de expresión y evitar la impunidad en los delitos contra periodistas.

En pasado 4 de mayo y en marco del día mundial de la Libertad de Prensa, el ya presidente Enrique Peña, informó sobre la promulgación de un decreto a fin de reformar varias leyes que protejan a los reporteros del país.

No dudamos de la intención de nuestro presidente pero la historia nos ha enseñado a permanecer alertas, a cuestionar y a actuar, sólo esperamos que durante su sexenio no exista ni una agresión más, ni un muerto, ni un desaparecido. Esperamos que el discurso coincida con el actuar. México clama por un periodismo libre, crítico, sin represión, sin censura o autocensura... un periodismo sin miedo.

5

Transmedia Storytelling: el futuro de los medios de comunicación.

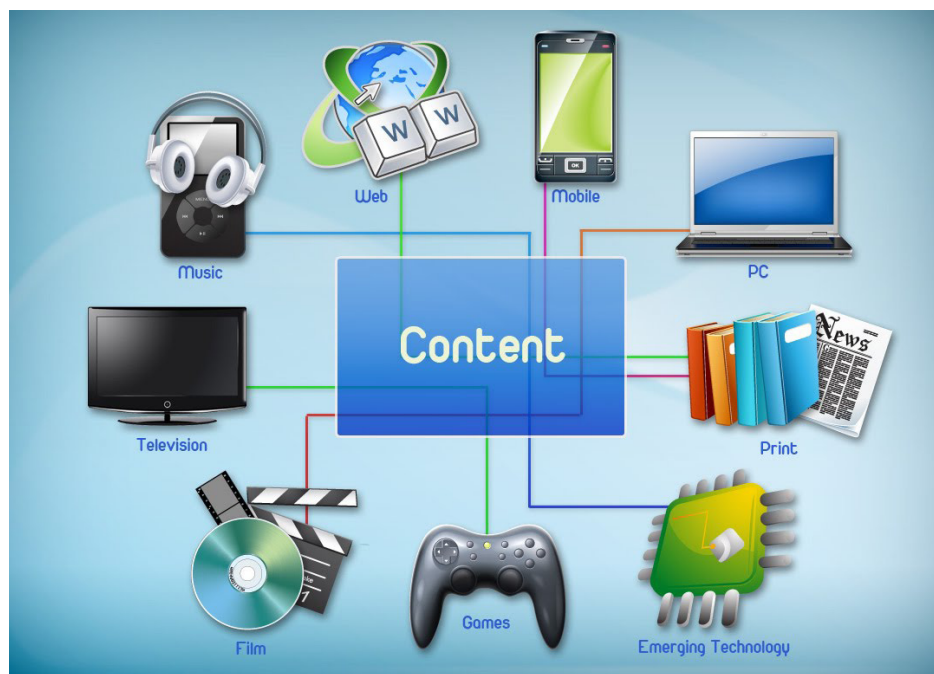
Aquel individuo que se sentaba frente al televisor, cambiando frenéticamente de canal para encontrar un buen programa, empieza a ser sustituido, lentamente, por el adolescente ebefrénico equipado con un dispositivo móvil dispuesto a compartir en las redes hasta el plato de sopa que come.

6

Por: Mtro. Rubén Darío Vázquez Romero

Una pregunta que nos hacemos a diario los comunicólogos es hacia dónde se dirigen los medios de comunicación. Y si antes era una pregunta obligada por la forma en la que los medios intervenían en la cultura, la economía y la política, con la irrupción de los medios digitales y las redes sociales, esa cuestión tiene más pertinencia que nunca.

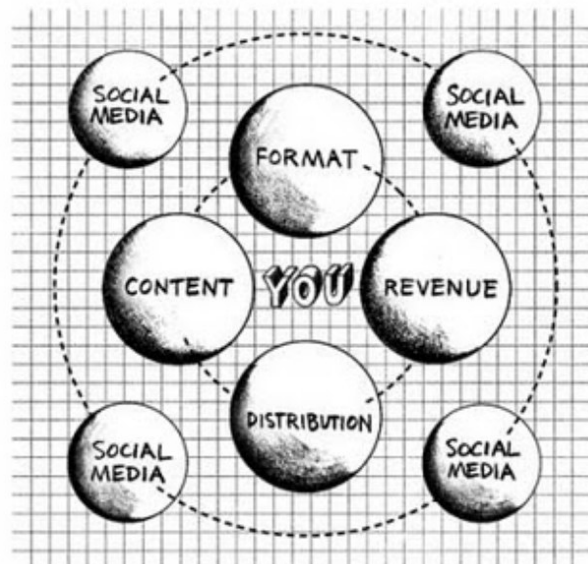
En los círculos académicos, la atención se ha centrado en el papel del consumidor de medios. De ser un simple espectador pasivo, se ha transformado paulatinamente en un creador de contenidos. Aquel individuo que se sentaba frente al televisor, cambiando frenéticamente de canal para encontrar un buen programa, empieza a ser sustituido, lentamente, por el adolescente ebefrénico equipado con un dispositivo móvil dispuesto a compartir en las redes hasta el plato de sopa que come.



<http://deamashour.files.wordpress.com/2011/04/transmedia-storytelling.jpg>

La figura del prosumer (contracción del inglés “consumidor” y “productor”), es la estrella de los medios digitales. Y tal parece que el análisis de especialistas se centra en la manera en que este personaje cambiará a los medios masivos. Cuando uno lee los reportes y las ponencias, tal parece que llegará un momento en que el único contenido de la red serán las co-

<http://www.tribaspace.com/news/6234-transmedia-storytelling%3A-shifting-priorities-tribaspace/>

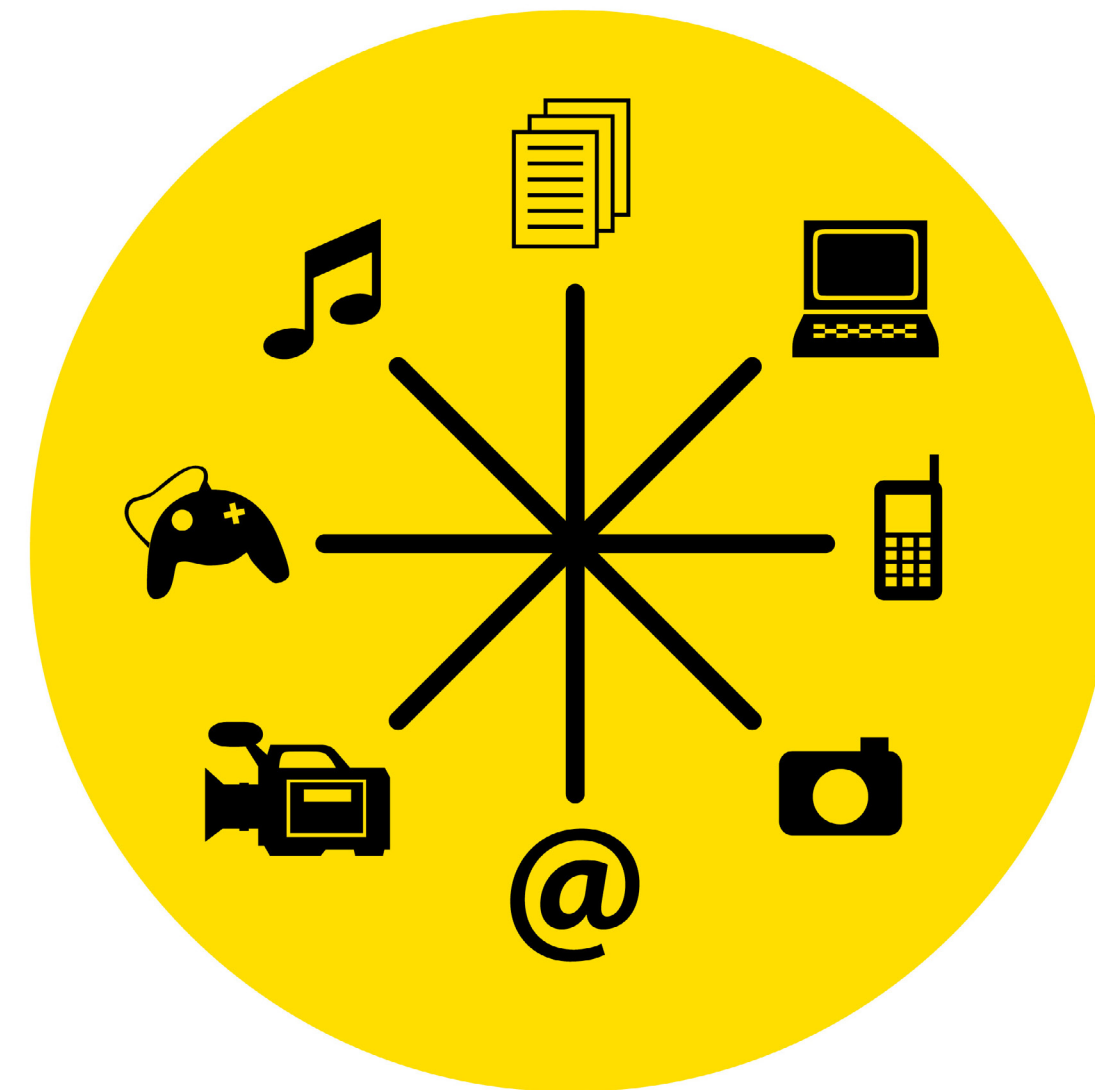


pias de Wwerevertumorro o Yuya. Por fortuna, eso no será así: los prosumers son sólo una pequeña parte de la convergencia entre medios digitales y diversión.

No obstante, hay un tema en que los medios han reparado poco y la academia apenas empieza a notar. Se trata de la narrativa, es decir, de la forma en la que los medios nos cuentan una historia. Vamos, si nos ponemos exigentes, lo que realmente hacen los medios de comunicación no es otra cosa sino contar historias. En forma de noticias, de series, de películas o programas, los mass media hacen narrativa.

Durante mucho tiempo estuvimos acostumbrados a la narrativa mediática. Nos contaban una historia dividida en varios episodios. O una película que tenía varias secuelas (o precuelas). O

bien, esperábamos con impaciencia el estreno de la nueva temporada de nuestra serie favorita. Prácticamente, esa era la única manera de contar historias. Pero cabe hacernos aquí la pregunta: ante el acceso de cada vez más gente a las tecnologías de información y comunicación y a la tendencia de la tecnología hacia la movilidad, ¿la narrativa de los medios se va a mantener igual que hasta ahora?



<http://www.eltrendelhistoria.cat/?tag=transmedia-storytelling>

7



http://s301.photobucket.com/usetofzmymanias005/medialrobnues2.jpg.html

La respuesta es no. Y todo parece indicar que la tendencia va hacia un fenómeno conocido como “Transmedia Storytelling” o narrativa transmedia; que es la forma de contar una historia a través de diferentes soportes tecnológicos, de tal manera que la experiencia del espectador no se limita únicamente a “ver un programa”, sino a construir un universo desde diferentes puntos de vista, haciéndola mas inmersiva y participativa. Una nueva manera de entretenimiento.

Por ejemplo, Matrix es un caso. En realidad la complicada historia de la saga no sólo fue la trilogía que vimos en cine, sino también 9 cortometrajes animados, un portal de internet y 2 videojuegos. Todos contaban la misma historia, todos eran parte del mismo universo, pero desde diferentes ángulos. Así, algunos personajes que en las películas sólo veíamos un momento, en otros soportes contaban su propia historia, aclarando algunos puntos de la historia que parecían oscuros o bien que aparentaban ser sólo caprichos de los directores, haciendo que la experiencia del espectador fuera mucho más intensa y profunda.

El concepto de narrativa transmedia se usa desde 2003, fecha en que Henry Jenkins, profesor del MIT, lo utilizó para referirse a la forma en que una historia podría contarse desde diferentes plataformas tecnológicas, haciendo que la experiencia del usuario fuera más participativa, al tener que buscar información sobre la historia en medios diferentes.

Los japoneses lo entendieron muy bien desde principios de los 90, pues era común que un manga se transformara en serie, películas y videojuegos, todos lanzados casi al mismo tiempo y contando una misma historia en un universo narrativo ampliado por la experiencia del usuario. Tal es el caso de fenómenos mediáticos como la saga Ghost in the Shell (94) o la famosa serie Evangelion (95).

La narrativa transmedia empieza a usarse con más frecuencia en campañas publicitarias en donde el consumidor es llevado a diferentes plataformas para completar una historia y ganar un premio o bien como parte de una campaña integral de marketing que busca sensibilizar al público objetivo respecto de un nuevo producto o servicio.

Con la inclusión de medios digitales y redes sociales, la manera en que puede contarse una historia, se amplía enormemente. Los medios de comunicación deben atender que la nueva postura de los consumidores es todo, menos pasiva. Y quizá la narrativa transmedia se convierta en la regla dentro de algunos años.

Para saber un poco más:
<http://www.seomoz.org/blog/transmedia-storytelling-building-worlds-for-and-with-fans>



http://fffound.com/image/327a973b19779a0e27d05c36e3dcd3ba47d98cd3b

Entre el famoseo y el vedetismo...

Vivimos en una sociedad inmersa y hasta rebasada por las nuevas tecnologías, pues nadie puede excluirse a éstas.

Por: Lic. Martha Yolanda Tobías Rodríguez

A través del tiempo, las conceptualizaciones dadas al término cultura han ido variando; desde quienes la remitían exclusivamente al cultivo de la tierra, hasta los que incorporaron nuevas visiones donde la educación y las capacidades intelectuales de los individuos se hicieron presentes.

Sin embargo, algo queda como prueba indiscutible de su origen: el hombre. Esencia viva y clave de las transformaciones que han conformado la civilización en la que vivimos.

Este individuo dotado de facultades intelectuales, con estilos de vida, costumbres, creencias y formas de pensar tan diversas, durante distintas épocas ha puesto de manifiesto claras expresiones de lo que es, lo que pretende ser y a lo que aspira.

Actualmente, vivimos en una sociedad inmersa y hasta rebasada por las nuevas tecnologías, pues nadie puede excluirse a éstas. Hay quienes las utilizan como una herramienta para comunicarse,

promocionarse, informar, vender, hacer propaganda, entretenerse o educar. Lo anterior, nos hace analizar las nuevas formas de comunicación que se están gestando en la cultura mediática y tecnológica, en la que los individuos se desenvuelven y donde el protagonismo es un ingrediente básico.

Gilles Lipovetsky y Jean Serroy en *La cultura-mundo. Respuestas a una sociedad desorientada* (Anagrama, 2010) señalan que hoy vivimos en la universalización del vedetismo o neovedetismo.

El neovedetismo o cultura del famoseo como lo definen Gilles Lipovetsky y Jean Serroy, no es otra cosa que un culto al exhibicionismo. En otras palabras, el que no enseña no vende y el que no está vigente para los demás se pierde en el olvido. Así, para muchos se hace urgente la necesidad de estar presente ante los demás; inclusive, a costa de lo que sea.

Por otra parte, lo más polémico se da cuando de la noche a la mañana aparecen productos, emisiones, personajes o figuras catapultadas por la industria mediática, al margen de que surjan en contextos informativos, publicitarios, de espectáculos, religiosos o políticos; donde la mayoría de ellos darán de qué hablar durante un periodo por algún detalle, incidente, suceso polémico o escándalo en el que se vieron implicados, y donde no necesariamente sus talentos o capacidades intelectuales sean el motivo por el que adquieran notoriedad.

Citemos algunos casos que a la postre quedarán en la memoria individual de algunos, pero en el olvido para la mayoría. Durante las últimas semanas, temas de conversación inagotables tanto en las redes sociales como en los medios de comunicación tradicionales, dieron de qué hablar al referirse a los tres hombres más guapos de Arabia Saudita, expulsados por ser tan atractivos para las mujeres, pues incitaban a la lujuria. Otro fue el caso de Lady Profeco y su berrinche de cerrar un restaurante por no asignarle la mesa que solicitó, y a lo cual se dio una respuesta por parte del gobierno federal, la destitución del Procurador. Uno más del rompecabezas, la Lady de la Roma, quien citando a un alto mando con clave Alfa 3, pensó que se salvaría de rendir cuentas a la autoridad. Y la lista sigue: El Fua; Tengo miedo; Changoleón; El Señor de las Ligas; El guardaespaldas de Lucero y un interminable etc., etc.

Más allá de los hechos por los cuales se mantuvieron vigentes durante un periodo y opacaron la relevancia informativa de otros sucesos trascendentes en los escaparates mediáticos, ¿dónde están ahora dichos personajes o figuras? ¿Alguien recuerda sus nombres completos o por lo menos su imagen? Para la mayoría de la colectividad ya están pasados de moda, han caído en la obsolescencia en tanto no generen nuevas “versiones mediáticas atractivas”. Así, prácticamente se han convertido en productos desechables que van al vacío y quedan en el olvido, pues lo más que recordarán los receptores; quizá, será el suceso en el que se vieron implicados.



Y mientras nuestra cultura en los medios siga creando con algún propósito, muchas veces de la nada, nuevos productos que se conviertan en la sensación del momento, y que así como surgen, después desaparezcan para ser reemplazados por otros; nuestras mentes y temas de conversación girarán en torno a lo que marquen como pauta, sin darnos tiempo de asimilar y entender el torbellino informativo al cual fuimos expuestos; porque ya estaremos enfrascados en otros.

Se quiera o no, estamos en la época del exhibicionismo donde la sociedad demanda nuevos esquemas de famoseo porque vivimos en la cultura de lo inmediato y lo efímero. Lo que hoy está vigente, al cabo de unos días o semanas, resultará cadu-

co, pues estaremos cautivados por otra información y mensajes. Desde la campaña publicitaria del momento; la película de la semana; el cantante o la banda de moda; el cineasta más exitoso de la temporada; el corte o tinte de cabello que marca tendencia, los colores de moda, los antros más cotizados, etc.

Finalmente, ese individuo del que hablábamos al inicio, concebido como agente transformador de la sociedad, estará cediendo inexorablemente el paso al vedetismo, sumergido en un proceso vertiginoso donde las manifestaciones culturales de hoy en los medios, dejarán huella y una clara evidencia de lo que era, pretendía ser y a lo que aspiraba.

Red-descubrimiento de la comunicación

En la sociedad del conocimiento, donde éste último, debe ser aplicado en un aprendizaje permanente, conlleva estar cotidianamente comunicado tanto a nivel de redes, como las relaciones establecidas con otros semejantes.

12

Por: Dra. Alma Lucía Martínez Castro

La comunicación como factor fundamental en las relaciones personales, en la transmisión de datos por medios electrónicos, en cualquier acto humano y en contacto a través de medios tecnológicos determinados por una arquitectura tecnológica, vuelve a ser el centro de atención, ha sido redescubierta su importancia como basamento puntal en una sociedad que cambia a ritmo vertiginoso, que vive constantemente en la incertidumbre, que busca la generación del cambio en una apuesta por la innovación. La comunicación se redescubre, en la educación se considera una competencia genérica, en la organización como factor imprescindible para el desarrollo del liderazgo, en los medios electrónicos como expresión en todos los sentidos (imagen-palabra) para mantener contacto dentro de una red, en la investigación como propulsor de datos con valor estratégico.

En la sociedad del conocimiento, donde éste último, debe ser aplicado en un aprendizaje perma-

nente, conlleva estar cotidianamente comunicado tanto a nivel de redes, como las relaciones establecidas con otros semejantes.

La aproximación de este artículo intenta dar cuenta del cómo el red-descubrimiento de la comunicación nos permite insertarnos en dos mundos paralelos, por un lado la comunidad en red, por otro, la comunicación interpersonal que tiene los individuos en los grupos sociales, configurando como eje que articula ambos mundos la transdisciplinariedad. De ahí el título red-descubrimiento de la comunicación, es decir, la comunicación (puesta en común) en sus dos procesos: interpersonal y multimediática, nos lleva a una propuesta compleja, con un atravesamiento de las ciencias transdisciplinariamente.

El red-descubrimiento conlleva una reflexión partiendo de las siguientes preguntas ¿qué necesitamos para poner en práctica las relaciones por red o personales del proceso comunicativo? y cómo lo podemos hacer, teniendo como sustento la complejidad y transdisciplinariedad.

Cuando estudiamos comunicación uno de los planteamientos básicos es su proceso: Emisor-mensaje-perceptor (en su concepción más elemental) y su realimentación, o bien, en la tecnología el Prosumer (productor-consumidor), sin embargo, como estudiantes de licenciatura debemos

ser más atrevidos en el conocimiento y llegar a conjuntarlo transdisciplinariamente. La comunicación per se no se encuentra aislada en su estudio, una de las características sobresalientes del siglo XX, fue su denominación en ciencias de la Comunicación, se trabaja en la academia interdisciplinariamente. La propuesta del siglo XXI es la transdisciplinariedad, que significa el atravesamiento de las diferentes ciencias y campos de estudio que actualmente le permiten retomar su auge, como disciplina puntal para el desarrollo de las relaciones interpersonales y el campo multimediático.

Ante esta propuesta, estudiar cualquier fenómeno comunicativo (cultural, social, mediático o en red) deriva en primera instancia en una complejidad, es decir, dejar atrás lo simple para analizarla desde diferentes puntos de vista, en segunda instancia qué ciencias o campos de estudio me permitirían estudiarla, lo que significa abrir el panorama de las ciencias. Las ciencias sociales y su amplia gama de disciplinas constituyen una parte del estudio del fenómeno. Los tiempos actuales implican estudiar las ciencias exactas y las ciencias naturales, es decir, ahora no sólo basta el dominio de la sociología, es ampliar la visión holística para estudiar ampliamente la ciencia ad-

ministrativa, la ciencia psicológica, los modelos matemáticos, la ciencia médica, que dan cuenta de las configuraciones de mundo que proponen. Red-descubrir la comunicación implica en el campo educativo, no quedarse con una sola visión de mundo, significa recuperar los basamentos teóricos y metodológicos con los que nos enseñaron a los clásicos más el plus de estudiar las nuevas posturas teóricas norteamericanas, europeas, latinoamericanas y mexicanas que se están gestando en todo el mundo globalizado.

Lleva implícito el reto de recuperar el empirismo como experiencia para configurarlo en teoría a partir de los eventos diarios que suceden en las redes sociales y académicas, e indagar como la neurofisiología intenta responder el desarrollo de las redes neuronales que se exponen constantemente a otros estímulos de los multimedia; la administración preocupada porque el liderazgo conlleva comunicación interpersonal y en red; la psicología encargada en explicar y difundir los comportamientos de los usuarios en las redes, los prosumer y su amplia exhibición de videos en multimedia, así como el estudio a mayor profundidad de la personalidad y del comportamiento en individuos que interactúan diariamente en sus labores; por mencionar solamente tres disci-

plinas que trabajan arduamente en la explicación científica.

Estamos en la punta del icerberg, el red-descubrimiento de la comunicación nos puede llevar a configurar otros mundos en donde el rescate del empirismo de paso a nuevas posturas que expliquen y den cuenta de la comprensión del fenómeno comunicativo y donde el lema del aprendizaje a lo largo de la vida en la comunicación nos pueda llevar a red-descubrir más allá de los lenguajes conocidos. Ante tal icerbeg que tenemos, queda la invitación como individuos únicos, la posibilidad de participar y enriquecer el conocimiento de la comunicación como campo disciplinario que a mediados de este siglo podría dar saltos cuánticos para perfilarse como eje transdisciplinario en las ciencias.

Como estudiante de la comunicación tienes el reto, red-descúbrete, estudia el fenómeno, analízate como usuario de la red, denota y connota los mensajes y sobre todo, parte del estudio de los clásicos para que lo reconfigures en el mundo actual; con tu juventud y práctica, y tus docentes con el conocimiento y la experiencia red descubramos las tendencias de la comunicación.

13

Política y Posmodernidad.

Cambio de prioridades o incluso de bandos, la realidad y su velocidad de movimientos aunado a la superposición de eventos seduce y confunde, pero sobre todo nos lleva a la reflexión.

14

Por: D.C.G. Carlos Pérez Segura

Primero de mayo y aparece la noticia de que los jóvenes encapuchados desalojan las instalaciones de la Rectoría de la UNAM que mantuvieron ocupadas por varios días y manifestaron al salir que las instalaciones fueron tomadas por la reforma al plan y programas de estudio y no por la expulsión de los estudiantes del CCH Naucalpan, ¿cambio de planes o error de comunicación?, posteriormente se incorporaron a una manifestación al respecto de la fecha; en los días previos tanto encapuchados como autoridades recibían apoyos locales y foráneos de otras universidades latinoamericanas, ex - rectores y miembros de la comunidad para desalojar o dialogar, todas estas manifestaciones en medios de comunicación.

Desde los últimos meses del 2012, Antonio Atollini, ex vocero del movimiento #YoSoy132 participa en un programa de opiniones que se transmite por la cadena Televisa argumentando

que su decisión se basa en una mutua utilización de la cadena y el individuo; en los meses previos durante el clímax de las protestas del grupo se veían pancartas para no ver este medio e incluso se hizo un plantón, ¿cambio de planes o error de comunicación?, otra vez todas estas manifestaciones en medios de comunicación.

A principios del siglo XX, Lenin publicó un texto que llamó «La enfermedad infantil del izquierdismo», el texto sostiene desde unas recomendaciones tácticas concretas, que no se pueden absolutizar sin ser contagiado de la enfermedad que él quería combatir y que nombró al texto referido.

Lenin pretendía desarrollar la revolución desde la flexibilidad táctica bajo la guía de los principios, sin caer en el dogmatismo.

A finales de los setentas, en la revista Siempre!, Hermann Bellinghausen y Raúl Trejo Delarbre, con base en el contenido y nombre del texto y definieron los siete rasgos que caracterizaron en nuestro país esta “enfermedad”:

- 1.- Espontaneísmo (“carencia de proyectos concretos y realizables”);
- 2.- Aislamiento (“una suerte de autismo [...] al refugiarse en sus ínsulas la seudo izquierda piensa que toda acción suya es crucial para el país”);
- 3.- Intolerancia (“Mi razón es la razón [...], proclividad a impedir la manifestación de ideas que no comparte”);
- 4.- Esquematismo (“el Estado es burgués”, y la Universidad es “uno de sus aparatos ideológicos”, por lo que todo avance democrático en educación superior sólo sirve para “refuncionalizar el Estado”);
- 5.- Adversarios equivocados (al creer que “sus adversarios principales o inmediatos son grupos u organizaciones progresistas [...] sirve como aliada, consciente o no, de la derecha”);
- 6.- Asambleaísmo (“llevando la idea al extremo, la UNAM debería ser manejada por una enorme asamblea de 300 mil personas —quizá en el Estadio Azteca”);
- 7.- El lenguaje como cerco y pretexto: Las palabras desempeñan una función mágica, dime cómo adjetivas y te diré qué tan puro eres [...] Palabras que una vez fueron conceptos quedan sin su significado [...] Tu ismo y mi ismo no siempre son lo mismo [...] al rigor lo sustituye el furor [...]



<http://cdn.morguefile.com/imageData/public/files/ilimelenchon/10/11/1349825389jvnca.jpg>

Suena familiar al inicio de los ejemplos... pero terminan de manera diferente, ¿Qué pasa?, ¿por qué el cambio?; en el presente Zygmunt Bauman nos habla de afinidades “a la carta”, los términos como sistema, estructura, sociedad o comunidad ya no funcionan como elementos para definir las interacciones sociales, ahora lo importante es el flujo constante de información “en la red”, siempre hay que estar volviéndose en algo, nada es permanente pues para cada debe hay un no debe haciendo todo referente borroso, mutable

y paradójicamente longevo desde esa adaptación permanente, relativizando las posturas y posiciones y haciendo a la colectividades mutantes permanentes y los individuos se encuentran ante la disyuntiva de diluirse ante el cambio continuo de afinidades y pertenencias o el aislamiento desde el aislamiento de la desconfianza generalizada.

Una cosa si puedo afirmar: “El rock no tiene la culpa”.

15

Curriculum vitae o ridiculum vitae

Hoy la búsqueda de colabores ideales es más difícil, pues de aptitudes se pasó a actitudes y de conocimientos y experiencia ahora se opta por sabiduría, de tecnicismos a ética plena.

16

Por: Lic. Ángel Hernández Molina

El proceso de conseguir un trabajo se divide básicamente en dos etapas: La elaboración del currículum vitae y la entrevista. En ambos casos este proceso es un ejercicio de honestidad. No sólo en el aspecto de llenar nuestro currículum con la experiencia adquirida a través de un trabajo; sino además por todo lo que sabemos, podemos y lo que realmente estamos dispuestos a hacer. En caso de ser posible no se debe tomar un trabajo sólo por trabajar. Se requiere de un mínimo análisis sobre: ¿Qué me gusta hacer y qué, definitivamente no?, ¿Qué habilidades, conocimientos y actitudes tengo?, ¿En qué tipo de giro me gustaría desarrollarme?, ¿Qué oportunidades busco a futuro?, ¿Cuál es la cima laboral que busco?, ¿Con cuál estilo de ambiente laboral me identifico y rindo mejor?

Primer paso: El currículum vitae:

Toma en cuenta que éste constituye la herramienta principal para conseguir que un reclutador te llame por teléfono, debido a que transmite en forma breve información referente a tu formación, experien-

cia, competencias y objetivos profesionales. Para que un currículum sea efectivo debe resaltar las características, tanto personales como profesionales, que te hacen apto para el puesto de trabajo que quieres. Aunque no lo creas tu currículum puede impedir que obtengas trabajo si no tienes una estrategia para impulsar tu proceso de selección. Si bien es cierto que en algunas ocasiones es verdad que la experiencia laboral pesa más que cualquier estudio. Lamentablemente es una verdad que tenemos que afrontar a la hora de buscar trabajo las primeras veces. Los recién graduados encuentran gran dificultad en conseguir una entrevista y obtener el empleo que desean debido a que los empleadores prefieren siempre a quien tiene experiencia. Surge entonces la pregunta: ¿Cómo hacer un buen currículum si tengo poca o ninguna experiencia? Si es la primera vez que elaboras uno no cometes el error de intentar “crecerlo” con trabajos ficticios; muchas veces el tener muchos trabajos en un lapso corto de tiempo puede ser interpretado como un símbolo de inestabilidad, además de que cuando se es muy joven rara vez es factible que concuerde la cantidad de trabajo y por ende de experiencia con la edad de quien presenta su currículum. Lo más recomendable es que enfatices en tus habilidades y aptitudes de modo que ellas superen la falta o poca experiencia que tienes.

Es aquí donde cobran mucha importancia los tan despreciados “trabajos de escuela” un buen trabajo de escuela en muchas ocasiones te permite demostrar y enfatizar estas habilidades y aptitudes. Ese ensayo o crítica, ese proyecto de investigación, esa revista digital. Esa ilustración son cosas que permiten demos-

trar lo que hace falta para compensar esa falta de experiencia. El hacer ese trabajo sólo por cumplir a la larga tiene un alto costo.

No olvides que la universidad por sí misma no te da todo. Los cursos y talleres que puedas tomar de manera independiente no solamente ayudan a reforzar tus habilidades y aptitudes sino que dan constancia de tu trabajo, iniciativa y crecimiento constante.

Segundo paso: la entrevista

Un estudio de la consultoría internacional Salle Sainz Grant Thornton reveló que los mejores trabajadores y empleados en la actualidad son seleccionados no por su currículum sino por entrevistas en persona.

El documento sostiene que ajustarse a un perfil predeterminado para un puesto de trabajo otorgaba el estatus de trabajador ideal y por ello durante muchos años el dominio de idiomas, programas de cómputo y diversas maestrías fueron factores para acceder a grandes corporativos.

Hoy la búsqueda de colabores ideales es más difícil, pues de aptitudes se pasó a actitudes y de conocimientos y experiencia ahora se opta por sabiduría, de tecnicismos a ética plena.

En la entrevista hay que describir los beneficios para la empresa o clientes de contratarte a ti, muchas veces vamos a las entrevistas más preocupados por el dinero que por el valor que podemos ofrecer a la empresa, existen sólo 6 razones por las cuales se suele contratar a una persona:

- Mejorar la calidad de los productos o servicios.
- Mejorar el servicio al cliente.
- Disminuir los costos de hacer negocio.
- Crear nuevos productos o servicios.
- Vender o mercadear los productos o marcas de la compañía.
- Mejorar los procesos internos

Si tú no tienes claro qué tipo de beneficio ofreces, menos claro será para la otra parte y estarás fuera del proceso. Por ejemplo en la entrevista tus respuestas pueden abrirte o cerrarte puertas. He aquí un ejemplo de algunas buenas alternativas a la pregunta: ¿por qué quieres este trabajo?

- El trabajo me resulta muy estimulante porque me permite utilizar mi creatividad y habilidades de investigación. Sé que esta empresa ofrece oportunidades a quienes ofrecen soluciones a problemas importantes.
- He observado que el empleo requiere competencia en varias actividades. Me gustan las multitareas, y como estudiante, tengo mucha práctica

en mantener la atención en varias tareas al mismo tiempo.

- Este trabajo se ajusta muy bien a lo que estoy interesado para toda mi carrera. Ofrece una agradable mezcla de actividades de corto y largo plazo. Mis logros a corto plazo me motivan y los logros a largo plazo me hacen sentir como el promotor / generador de un proyecto trascendental.
- Esto no sólo es una buena oportunidad, sino que mis capacidades pueden aplicarse perfectamente en este puesto. Contiene el desafío que busco para mantenerme motivado.

Recuerda lo que importa en una entrevista no sólo son las aptitudes sino las actitudes. En este sentido es un buen momento para decir adiós a tantos pretextos que uno como estudiante suele ocupar. “No tuve tiempo”, “No me explicó bien” y tantos más que hay.

Y para finalizar no debemos olvidar que el tiempo promedio que se lleva el proceso para llegar a tu trabajo ideal es aproximadamente de diez años. Así que mientras adquieres nuevas experiencias y conocimientos debes de ser paciente.

17

Para mayor información:
<http://www.universidad-justosierra.edu.mx/univ/comunica-sm/objetivo.html>
<http://www.facebook.com/comunicacion.sanmateo>
cperez@ujsierra.com.mx



Except where otherwise noted, content on this site is licensed under a [Creative Commons Attribution 3.0 License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/).