

DIRECTORIO

Ing. Enrique C. Blancas de la Cruz
Rector del Sistema CETYS
Universidad

Dr. Marco Antonio Carrillo Maza
Vicerrector Educativo del Sistema
CETYS Universidad

Mtra. Diana E. Woolfolk Ruiz
Director Campus Ensenada

Ing. Sergio Rebollar McDonough
Director Campus Mexicali

Dra. Adriana Mendioléa Martínez
Directora Campus Tijuana

Revista Arquetipos

Patricio Bayardo Gómez
Director General

Consejo Editorial

Alberto Gárate Rivera
Luis E. Linares Borboa
José Mendoza Retamoza
Jesús Francisco Cabrera Tapia †
Raúl Rodríguez González
Francisco Gómez
Miguel Guzmán Pérez
Armando Estrada Lázaro
Yasmín Ávila

Diseño Editorial y de Portada

Ricardo Herrera Santamaría
María G. Beltrán Pedrín

Fotografía de Portada

Alfonso Rodríguez

Fotografías de interiores

Alfonso Rodríguez
Alberto Gárate Rivera
Luis E. Linares Borboa

Impresión

Laredo Impresores S.A de C.V

ÍNDICE

Octubre-diciembre, 2009, No. 20

Ventana editorial <i>Patricio Bayardo Gómez</i>	2
Discapacidad, derechos humanos y marco legal <i>José Miguel Guzman Pérez</i>	5
El fin de la filosofía <i>Carlos Postlethwaite García</i>	12
Mercadotecnia Social: Una Estrategia de Negocio Responsable <i>Eduardo Díaz</i>	16
Caminando por México <i>Alfonso Cuauhtémoc Rodríguez Lagunes</i>	27
¿Hacia dónde vamos como individuos y sociedad? <i>Dr. Víctor Mercader Omarán</i>	31
Curso híbrido de sistemas de impresión <i>LDG. Diana G. Robinson Trápaga</i>	40
LIBROS Globalización y Liderazgo <i>Enrique Pérez Santana</i>	45
30 Aniversario de Arquetipos <i>María Elena Gutiérrez Campos</i>	49

Arquetipos es una revista del Sistema CETYS Universidad. Fundada en 1979 con el nombre original de Entorno. En 1984 fue registrada ante la Dirección General de Derechos de Autor de la S.E.P., como Arquetipo, y a partir de enero de 1998, se actualiza su registro frente a la misma dependencia, ahora bajo el nominativo plural de Arquetipos. Todos los artículos que aparecen publicados en ella son responsabilidad exclusiva de sus autores. Se autoriza la reproducción de los mismos, citando la fuente original. Toda correspondencia con esta publicación deberá ser dirigida al Apartado Postal 4012, Zona Centro, Tijuana, Baja California, México, C.P. 22550, o al correo electrónico arquetipos@cetys.net

VENTANA EDITORIAL

Patricio Bayardo Gómez

Discapacidad y Derechos Humanos

El tema de la discapacidad es abordado por juristas, psicólogos, sociólogos, en los programas de radio, televisión, columnas periodísticas. En México funciona el Consejo Nacional para prevenir la Discriminación, que alentara el luchador social Gilberto Rincón Gallardo.

De suerte que las campañas para prevenir toda actitud de ofensa a las personas con discapacidad o capacidades distintas, se hace presente en algunos ámbitos de la vida nacional. Sin embargo, y no obstante toda la información disponible sobre el tema, hay un amplio sector de la población en el país que desconoce las disposiciones legales que sobre la materia se han dado.

El maestro Miguel Guzmán Pérez y ocho alumnas de la Escuela de Psicología de CETYS Universidad, campus Tijuana, en *Discapacidad, Derechos Humanos y marco legal en México y Baja California*, nos informan con acuciosidad sobre las disposiciones jurídicas, laborales, salud, etc, que protegen a las personas con discapacidad, con un marco histórico y numerosas fuentes a las que pueden acudir los ciudadanos interesados en conocer el tema y brindar atención a quienes, por su condición física, lo necesiten.

El fin de la filosofía

En casi todas las universidades públicas y privadas existe la Licenciatura en Filosofía y editan revistas alusivas. Los expositores y tratadistas mexicanos Antonio Caso, José Vasconcelos, Leopoldo Zea, Miguel Bueno, los españoles José Gáos, Ramón Xirau, Agustín Bascave Fernández del Valle, entre otros, tienen una vasta obra y han alentado el estudio de la filosofía.

No ha sido tarea fácil acreditar su estudio a nivel medio superior. Las autoridades educativas discuten la conveniencia de que regrese a la currícula de la escuela preparatoria mexicana.

La propuesta de Carlos Postlethwaite en su artículo *El fin de la filosofía*, es una tesis no común en el ámbito universitario, en cierta medida original, y hasta cierto punto contestataria, y ajena a los elogios clásicos que se hacen en torno a la importancia del estudio filosófico. Dice: “Desde hace tiempo la filosofía no incide, no tiene presencia en nuestras vidas”.

El autor expone que otras disciplinas como la psicología, pueden ayudar a la persona a resolver problemas existenciales. Anuncia desde un principio que nadie se ocupa de la filosofía y esto es de suyo polémico. Diríase que si la disciplina *no* resuelve conflictos, dilemas, es decir no es práctica, está de más. Para un estudioso de la filosofía es un texto heterodoxo; no así para quienes comparten la postura del autor de este texto.

Mercadotecnia social: de cuando el cliente asesora al negocio

Comúnmente percibimos a los negocios o empresas vendedoras de bienes y servicios, como instituciones organizadas que tienen como meta vender un producto o satisfactor a un determinado mercado o consumidor. Éstas tienen un grupo de accionistas anónimos. Su cobertura es internacional, regional o local. Son marcas de cigarros, refrescos, ropa, seguros, editoriales, que indudablemente generan empleos, impuestos, pero su fin es captar ganancias. Su presencia es parte de la cultura del hombre contemporáneo. El hábito de comprar un seguro de vida, una marca de vinos, se nos ha desarrollado a través la propaganda o publicidad.

La propuesta de que existen empresas con “responsabilidad social”, escandaliza a un crítico del capitalismo. Con un lenguaje accesible, dentro del marco teórico de la mercadotecnia tradicional, Eduardo Ruiz nos explica con detenimiento las estrategias de un negocio que se aparta del anterior esquema en

Mercadotecnia social: una estrategia de negocio responsable.

Este género de empresas tienen como uno de sus objetivos generar un bien social, hacer accesibles productos a bajos precios. “Los negocios sociales, no buscan lucrar”, asienta el autor. La empresa está en comunicación con el consumidor, “un comprador dicta al vendedor el precio “justo” de sus productos “. Podía pensarse que el cliente “asesora” a la empresa, pero ésta quiere vender más con su ayuda. ¿Usted las conoce, lector? Por supuesto, en el texto se citan.

Caminando por México

Viajar es un pasatiempo, obsesión, disciplina, que deja en quien lo ejerce una huella. En la familia, la ciudad, el pueblo, hemos conocido a parientes y amigos que durante años se adentran en los rincones de México, y como dice la frase: “allende las fronteras”. Ah, pero si al viajero le añadimos que posee el oficio de escribir, dibujar o fotografiar, éste se convierte en un cronista, pintor, descriptor a través de imágenes, merced a una tecnología en proceso de constante de calidad.

Alfonso Rodríguez Lagunes en *Caminando por México*, nos describe con sencillez cómo se inicia en el arte de la fotografía. El texto, breve, no tiene desperdicio. Comúnmente los artistas fotógrafos rara vez cuentan cómo nace su vocación. Simplemente mandan su material – en otras épocas en blanco y negro –, su título, el lugar pero, con el tiempo, quienes destacan, nos comunican sus andanzas y el porqué de ellas. Rodríguez Lagunes, en colabora-

ción con Ramiro Montes de Oca, habla de su recorrido por ciudades del norte, occidente, centro y sureste de México. Al fervor, entusiasmo y pasión que inspira el recorrido, lo refrenda su espléndido material gráfico, una nueva crónica visual de un país que permanentemente reta a descubrirlo. Bienvenido a los colaboradores de *Arquetipos*.

La humanidad y su futuro

En el mismo sentido que el texto



anterior, pero con otro enfoque, hay una corriente de pensamiento que basa su tesis en un orden de reflexiones que tienden a llamar la atención del hombre contemporáneo en torno a sus haberes y deberes como ser, es decir, como persona. El concepto de humanidad tiene dos vertientes: la historia o descripción de hechos seleccionados, o la de todos los hombres, y según Karl Popper, lo segundo, no es posible. El dilema del hom-

bre actual es el equilibrio político, social y, sobre todo, económico, ¿cómo conciliar estos tres factores? ¿Cuál es la vía más viable, racional, posible?

La propuesta que nos hace el profesor Víctor Mercader en *¿Hacia donde vamos como individuos y como sociedad?*, es ponderar habilidades y valores como el trabajo, la educación, la justicia y la conciencia. A los que van unidos: creatividad, compromiso, comunicación y confianza. De las virtudes intelectuales que deberá ejercer están el conocimiento, la intuición y sentido común, basándose en la piedra fundamental que orienta la conducta del ser humano: la Ética.

Uno de los ejemplos sociopolíticos que enmarca, es la realidad del continente americano. En un aspecto los países de habla española o hispana, bautizada por un francés como *América Latina* en el siglo diecinueve, frente al concepto estadounidense de “América”, como una entidad aparte. El reto de los latinoamericanos es: cómo enfrentar el subdesarrollo vs. la abundancia de otros países.

Curso híbrido y las opciones del Diseñador

Nuestra colaboradora Diana Robinson, propone a maestros y alumnos un novedoso *Curso Híbrido en Sistemas de Composición: aula virtual y presencial*. Entre sus objetivos está el conocer a nivel nacional y regional, la demanda del mercado en materia de ofertas de Diseño Gráfico.

En la licenciatura de Diseño Gráfico que imparte CETYS Universidad, campus Ensenada, se ofrece un novedoso y ágil curso en

5º semestre, para que el alumno en un lapso de una a tres semanas, con un 50% de consulta en Internet y el resto en el aula, junto con la instructora, sus compañeros y equipo, pueda acceder, por un lado, al material documental disponible y, por otro, presentar una serie de ejercicios que lo puedan acercar a las múltiples opciones de esta materia.

La ruta del curso, rigurosamente calendarizada, prevé lectura, discusión, análisis de documentos, exámenes, discusión de modelos y opciones. De acuerdo a la combinación del curso, el alumno tiene tiempo para consultar en su casa las 24 horas el material señalado desde el inicio de las sesiones. Si bien, no se pretende tener un proyecto terminado, sí conocer las posibilidades que se tienen en el diseño de libros, carteles, etiquetas, marcas, anuncios, etc.

La autora orienta en cuanto a las fuentes que se puedan obtener por la vía electrónica, combinándolo con la exposición presencial y trabajo de equipo.

De micro, pequeñas y medianas empresas

Acercarse al entorno de las micro, pequeñas y medianas empresas, teniendo como marco de referencia el fenómeno de la industria y el comercio, las inversiones extranjeras, privadas y públicas, el número de empresas, las alternativas de microfinanciamiento, el rol del liderato, la alternativa que ofrecen a quienes tengan aptitudes para dedicarse a estas actividades, es pulsar una serie de variables que interesan al estudiante, al maestro e inversionista en Baja California.

Con el sugestivo título *Globalización y Liderazgo. El reto de las MYPIMES*, los maestros Enrique Pérez Santana, Patricia Valdes y Guadalupe Sánchez Vélez del Colegio de Administración y Negocios de CETYS Universidad, campus Tijuana, escribieron tres ensayos que se ofrece en esta obra.

El maestro Enrique Pérez Santana, en un ágil texto leído en el acto de presentación del libro, nos ofrece una panorámica de su contenido. El libro es una presencia más en el programa editorial de nuestra institución educativa.

Arquetipos festejó su 30 aniversario

Para festejar el 30 aniversario de *Arquetipos*, el 8 de septiembre se efectuó una ceremonia en la Biblioteca Luis Fimbres Moreno de CETYS Universidad, campus Tijuana. Ma. Elena Gutiérrez Campos, del equipo de *Vocetys*, medio informativo de esta institución, destaca los temas centrales que se abordaron en esa me-

morable sesión en *Celebra 30 años la revista Arquetipos*.

NUESTROS COLABORADORES

Miguel Guzmán Pérez.- Lic. Psicología ENEP, Acatlán- Itzcalli, UNAM. Maestría en Salud, UABC. Dr. en Psicología, CETYS Universidad. Colaborador fundador de la revista *Arquetipos*. Las coautoras Denisse Flores Almonte, Gabriela Baldras Cerón, Itzel Soler Gallardo, Lizbeth Ortega Morales, Melisa Cuin Valles, Miriam Franco Díaz, Saby Rojas Flores y Silvia Mena Rodríguez, son alumnas del séptimo semestre Escuela de Psicología, campus Tijuana.

Carlos Postlethwaite García.- Estudia una maestría en Filosofía en Londres. Es su primera colaboración en nuestra publicación.

Eduardo Díaz. - Lic. Comunicación y M.B.A, San Diego State University. Profesor de asignatura del Centro de Idiomas y Escuela de Contabilidad y Negocios, campus Tijuana.

Alfonso Cuauhtémoc Rodríguez Lagunes.- Ing. En Ciencias Computacionales CETYS (1987). Maestría en Ciencias Computacionales, Tecnológico de Monterrey (1991). Actualmente coordinador de soporte académico del departamento de Informática, CETYS Universidad. Presentó exposición fotográfica "Caminando por México", el 15 de abril del 2009 en la sala de Arte de Biblioteca.

Víctor Mercader Omarán.- Ing. Civil, Universidad Central, Venezuela. Maestría en Ciencias, Salford University, Inglaterra. Dr. Liderazgo Educativo, Universidad del Sur, Florida, E.U. Inicia sus aportes a nuestra revista.

Diana Robinson.- Lic. Diseño Gráfico, Univ. Iberoamericana. Diseñador Jr, McCann Erickson, México, D.F. Diplomado en Educación Centrada en el Aprendizaje, CETYS Universidad, Diplomado Internacional de Empaque, Envase y Embalaje, columnista del diario *El Vigía*, Ensenada, B.C.

Enrique Pérez Santana.- Lic. en Economía por el Instituto Politécnico Nacional. Maestría en Desarrollo Regional, Colegio de la Frontera Norte. Dirige la Escuela de Administración, Contaduría y Negocios, campus Tijuana.

Ma. Elena Gutiérrez Campos. Lic. Ciencias de la Comunicación, UABC. Asistente en el Dpto. de Comunicación y Relaciones Públicas CETYS Universidad, campus Tijuana.

Discapacidad, derechos humanos y marco legal en México y en Baja California¹

*Denisse Flores Almonte, Gabriela Balderas Cerón, Itzel Soler Gallardo,
Lizbeth Ortega Morales, Melisa Cuin Valles, Miriam Franco Díaz,
Saby Rojas Flores, Silvia Nathalie Mena Rodríguez
y José Miguel Guzmán Pérez*
Campus Tijuana

De acuerdo a Pardo (2005), Portuondo (2004) y Wikipedia (2009), la discapacidad es una realidad que ha sido percibida de diversas maneras en diferentes períodos históricos y civilizaciones, de tal suerte que, en Esparta y en la antigua Roma, existían medidas para exterminar a los niños retrasados, mientras que en 1789 las ideas de igualdad, libertad y fraternidad entre los hombres, emanadas de la Revolución Francesa, fueron aplicadas a los enfermos mentales.

Por otro lado, de acuerdo a Darriba (2008), bajo un esquema de “caridad” –esencialmente de agrupaciones religiosas-, en el Renacimiento surgen las instituciones para atender a los discapacitados y, a partir de 1775, se empieza a brindar educación especial. En 1970 tiene origen el movimiento de derechos para la discapacidad. Posteriormente, la sociedad reconoce que es suya la responsabilidad de atenderlos –no de ser caritativos o misericordiosos- y el 13 de diciembre de 2006, la Organización de las Naciones Unidas acuerda formalmente la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, para proteger y reforzar los derechos y la igualdad de oportunidades de las cerca de 650 millones de personas con discapacidad que se estimaba había a nivel mundial. A raíz de esto, los asuntos de discapacidad son vistos en un marco de derechos que, de acuerdo a la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (2009), constituyen un conjunto de prerrogativas inherentes a la naturaleza de todas

las personas, cuya realización efectiva es indispensable para su desarrollo integral y que, particularmente en el caso de los discapacitados, corresponden a lo que el Instituto de Estudios Políticos para América Latina y África denomina derechos humanos en situación, también conocidos como derechos atribuibles al rol.

A continuación se presentan algunos de los derechos humanos de las personas con capacidades diferentes referidos por la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, así como diversas disposiciones legales que existen en México, en general, y en Baja California, en particular, como marco para garantizar el ejercicio de cada uno de los dichos derechos.

Derecho a la protección de la salud. Toda persona tiene derecho a la protección de la salud. Al respecto, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su artículo 4º hace referencia al derecho de salud, estipulando que “Toda persona tiene derecho a la protección de la salud.”

Derivado de lo anterior, la Ley General de Salud (1984), en su artículo 1º, hace referencia que tal derecho es de aplicación en toda la República y para todo individuo. En la fracción I del artículo 2º hace mención de que debe buscarse “el bienestar físico y mental del hombre...”, mientras que en la fracción V se refiere “el disfrute de servicios de salud y de asistencia social que satisfagan eficaz y oportunamente las necesidades de la población”.

1 Trabajo elaborado en el curso de Necesidades Educativas Especiales, durante el semestre enero – junio de 2009.

A nivel estatal, en su artículo 3º, la Ley para el Desarrollo Integral de Personas con Capacidades Diferentes para el Estado de Baja California (2003) estipula que “es derecho de la persona con capacidades diferentes, la asistencia médica y rehabilitatoria”.

Por su parte el artículo 4º de la Ley de Asistencia Social para el Estado de Baja California (2002) menciona como servicios básicos lo siguiente:

I.- La atención a personas que por tener capacidades diferentes o indigencia, se vean impedidas para satisfacer sus requerimientos básicos de subsistencia y desarrollo;

II.- La atención en establecimientos especializados a personas que no tengan la capacidad para comprender el significado del hecho

En la fracción III de artículo 13º, menciona que una de las atribuciones de la Secretaría de Salud será “llevar a cabo acciones de salud en materia de prevención y de rehabilitación de cualquier tipo de discapacidad”.

Por otro lado, el artículo 2º de la Ley del Seguro Social (1995) establece que “la seguridad social tiene por finalidad garantizar el derecho a la salud, la asistencia médica...”, mientras que en el artículo 11º se refiere que los seguros comprenden la invalidez para quienes padecen enfermedades mentales o algún tipo de discapacidad.

Derecho al trabajo. No se podrá impedir el trabajo a ninguna persona, ni que se dedique a la profesión, industria o comercio que desee. En Baja California, la Ley para Incorporar al Desarrollo Productivo de la Sociedad a Discapacitados (1995)², hablaba sobre no impedir el trabajo a ninguna persona, ni que se dedicara a la profesión, industria o comercio que desee, que tampoco se haría distinción entre los trabajadores por motivo de raza, sexo, edad, credo religioso, doctrina política,



condición social, ni discapacidad. Para comprender acerca de las discapacidad, el artículo 8º refería que la rehabilitación es el conjunto de acciones médicas, psicológicas, sociales, educativas y ocupacionales, que tienen por objeto que las personas con discapacidad puedan obtener su máximo grado de recuperación funcional a fin de realizar actividades que les permitan ser

² Abrogada y sustituida por la Ley para el desarrollo integral de personas con capacidades diferentes para el Estado de Baja California, en 2003.

útiles a sí mismos, a su familia e integrarse a la vida social.

También se estipulaba que los Gobiernos Estatal y Municipal, así como sus organismos descentralizados y las empresas, tendrían la obligación de contar con al menos el dos por ciento de personas con requerimientos especiales en su plantilla de personal. Las empresas, industrias, comercios y establecimientos en general cuyo capital sea privado, procurarían contratar un cuatro por ciento, de personas con requerimientos especiales.

Asimismo, dicha ley refería que los trabajadores con alguna discapacidad gozarían de iguales derechos y estarían sujetos a las mismas obligaciones que la legislación laboral prescribe para el trabajador común, previendo que podían existir excepciones y adecuaciones si es que la discapacidad lo requiere. Además, el Ejecutivo del Estado fomentaría la creación de empresas integradas, entidades como aquellas formadas por personas con requerimientos especiales, en una proporción no mayor de sesenta

por ciento, y con personas sin estas características en la proporción restante.

Derecho a la educación. Todos los habitantes del país tienen las mismas oportunidades de ingresar al Sistema Educativo Nacional. Una persona con discapacidad puede acceder a una escuela regular, siempre y cuando sea propicia su integración; en caso contrario, la educación especial los atenderá de manera apropiada a sus condicio-

nes y con equidad social. Al respecto, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (1917), en el artículo 3° establece que todo individuo tiene derecho a recibir la educación básica; preescolar, primaria y secundaria, hecho que se reitera en la Ley General de Educación (1993), en los artículos 2°, 3° y 4°, mientras que en el artículo 41° se establece que la educación especial está destinada a aquellos individuos que padecen una discapacidad, ya sea de manera transitoria o definitiva, al igual que aquellos con aptitudes sobresalientes, a quienes se les deberá atender de acuerdo a las condiciones individuales y siempre con igualdad social.

En el caso de menores de edad con alguna discapacidad, se pretende que se favorezca la integración a las escuelas de educación básica regular, mediante la aplicación de diversos métodos, técnicas y con materiales específicos, siempre tomando en cuenta las necesidades de cada individuo.

Por su parte, la Ley General de las Personas con Discapacidad (2005), en el artículo 10°, menciona que la educación impartida por el estado deberá favorecer el desarrollo de los individuos de manera que puedan ejercer completamente sus capacidades, habilidades y aptitudes.

A nivel estatal, la Ley de Educación del Estado de Baja California (1995), fracción 3 del artículo 5°, establece que se deben de otorgar los apoyos pedagógicos necesarios en aquellos grupos donde se presenten retrasos en el aprovechamiento escolar de los alumnos con el fin de lograr que se recuperen.

Derechos políticos. Todo hombre o mujer de nacionalidad mexicana tiene derecho a votar y a ocupar cargos de elección popular. Cuando las personas se encuentren impedidas físicamente para marcar sus boletas de voto, pueden ser asistidas por un acompañante de su confianza. Si están limitadas físicamente para acudir a tramitar su credencial de elector, pueden solicitar su inscripción por escrito, anexando la documentación que acredite



su incapacidad. Estos derechos están fundamentados en la fracción I del artículo 35° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como en la fracción f del artículo 5° de la Ley General de las Personas con Discapacidad (2005).

Particularmente en cuanto a personas con discapacidad visual, en el artículo 316° y en la fracción IV del artículo 336° de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales de Baja California (2008) se hace mención de procedimientos

de emisión del voto, considerando la discapacidad.

Derecho urbanístico. Las áreas públicas y privadas deben ser accesibles a las personas con discapacidad, por lo que es obligatorio que las construcciones y los sitios públicos cuenten con instalaciones urbanísticas y arquitectónicas adecuadas, que les permitan desarrollar actividades laborales, educativas, culturales y recreativas. Dichas instalaciones pueden consistir en rampas, puertas, escaleras, elevadores, pasamanos e instalaciones sanitarias, entre otras.

Al respecto, a nivel nacional existe la Ley de Obras Públicas y Servicios relacionados con las mismas (2001), mientras que a nivel estatal existe la Ley de Desarrollo Integral para Personas con Capacidades Diferentes de Baja California (2003) que coinciden en que se impulsen las siguientes acciones en el área urbana, para beneficiar a las personas discapacitadas:

- Construcción de infraestructura urbana, para facilitar el libre desplazamiento y

el uso de los espacios reservados, para que puedan disfrutar de los servicios públicos al igual que las demás personas.

- Ejecución de programas para adaptar sus viviendas de acuerdo a sus necesidades.
- Eliminar las barreras arquitectónicas en las construcciones de uso público.
- Existencia de espacios reservados, en los auditorios, cines, teatros, salas de concierto y de conferencias, centros recreativos, deportivos y en general cualquier recinto en que se presenten espectáculos públicos.

- Tomar medidas para adecuar los vehículos de servicio público.
- Impulsar que se reserven asientos para las personas con discapacidad, en las unidades de transporte público.
- Establecer zonas preferenciales para el estacionamiento de vehículos en los que viajen personas discapacitadas.
- Hacer convenios con las empresas de telefonía pública para que hagan adecuaciones a sus aparatos de la vía pública, para facilitar el acceso a las personas en sillas de ruedas.

Derecho a la cultura, recreación y deporte.

Las bibliotecas deberán contar con material de lectura en sistema Braille y en audio, para personas ciegas y débiles visuales, además con las adecuaciones arquitectónicas necesarias para el ingreso a las instalaciones. En museos, salas de conciertos y auditorios se han implementado actividades especiales, como visitas guiadas, conciertos didácticos, cursos, talleres y obras de teatro, entre otras. Las personas con discapacidad pueden realizar actividades deportivas, siempre y cuando no arriesguen su integridad física y mental, además de que se deben atender los requerimientos de orden deportivo para apoyar, promover y fomentar el deporte.



Al respecto, en la fracción VIII del artículo 10° de la Ley General de Personas con Discapacidad (2005) se establece que se debe garantizar el acceso de la población sorda a la educación pública obligatoria y bilingüe, que comprende la enseñanza del idioma español y la Lengua de Señas Mexicana.

Y el artículo el 11° establece que en el Sistema Nacional de Bibliotecas, salas de lectura y servicios de

información de la Administración Pública Federal se incluirán equipos de cómputo con tecnología adaptada, escritura e impresión en el Sistema de Escritura Braille, amplidores y lectores de texto, espacios adecuados y demás innovaciones tecnológicas que permitan su uso a las personas con discapacidad.

Por su lado, en la fracción IV del artículo 2° de la Ley para las Perso-

nas con Discapacidad del Distrito Federal (1999), se estipula que el medio físico, la vivienda, el transporte, los servicios sociales y sanitarios, la educación, la capacitación y el empleo, la vida cultural y social, incluidas todas las instalaciones deportivas y de recreo se hacen accesibles para todos.

En la fracción XVIII del artículo 3° de la Ley que crea el Instituto del Deporte y la Cultura Física de Baja California (1997) se estipula que se deben promover programas tendientes a fomentar el deporte popular y de alto rendimiento para discapacitados, mientras que en la fracción XIX se habla de fomentar la adecuación de infraestructura, para la práctica del Deporte para discapacitados.

Por otro lado, en la fracción IX del artículo 2° y en la fracción IV del artículo 20°, se refiere el deporte para discapacitados, considerados como individuos que, con pérdida o anomalía de su estructura anatómica, fisiológica o psicológica, practican un deporte.

Por último, la Ley General de las Personas con Discapacidad (2005), en el artículo 30° refiere que las personas con discapacidad tienen el derecho a las actividades deportivas generales en todos los niveles, así como a actividades culturales en formatos accesibles.

Derecho a la protección del consumidor, No se les podrá negar la venta de productos o la prestación de algún servicio a las personas con discapacidad. El vendedor está obligado a respetar todas las condiciones que ofreció al entregar el producto o al prestar el servicio. Tampoco se deberá excluir, ni discriminar a los solicitantes de servicios por ser personas con discapacidad. Asimismo, se debe permitir el acceso a establecimientos a perros guías que auxilian a personas y dispensar las restricciones de entrada a lugares públicos señaladas en las disposiciones sanitarias. Este derecho se encuentra respaldado en el artículo 7° de la Ley Federal de Protección al Consumidor (1992), en el que refiere respetar los precios, modalidades y reservaciones y que se tiene que hacer la entrega del bien o la prestación del servicio sin importar su condición y que bajo ninguna circunstancia se les podrá negar.

Por otro lado, el artículo 58° hace referencia a la no discriminación en la selección de clientela, reserva de derecho de admisión, exclusión a personas y otras prácticas similares, salvo por causas que afecten la seguridad o tranquilidad del establecimiento, de sus clientes o de las personas discapacitadas o se funden en disposiciones expresas de otros ordenamientos legales. Tampoco podrán aplicar o cobrar tarifas superiores a las autorizadas para la clientela en general, ni

tampoco cuotas extraordinarias o compensatorias a las personas con discapacidad por sus implementos médicos, ortopédicos, tecnológicos, educativos o deportivos necesarios para su uso personal, incluyéndose el perro guía en caso de invidentes. **Derecho civil y procesal civil.** Las personas con discapacidad podrán ejercer sus derechos y cumplir sus obligaciones; en los casos de menores de edad o mayores de edad

según las necesidades de quien los reciba.

En este sentido, las personas discapacitadas se ven protegidas por la fracción IX del artículo 156° del Código Civil para El Distrito Federal en Materia Común y para toda La República en Materia Federal (1928), menciona que el padecimiento de alguno de los contrayentes de discapacidad intelectual o alguno de los estados de incapacidad referidos a la fracción II del artículo 450° del mismo código, representa un impedimento legal para celebrar el contrato matrimonial.

Por su parte, la fracción II del artículo 450° menciona que las personas mayores de edad con capacidad intelectual disminuida, aún con intervalos lúcidos; y quienes tengan un desequilibrio por enfermedad o deficiencia física, psicológica y sensorial son considerados incapacitados natural y legalmente para actuar por sí mismos o expresar su voluntad debido a su limitación.

Específicamente en Baja California, el artículo 45° del Código de Procedimientos Civiles para el Estado de Baja California (1995) indica que las personas que no tengan capacidad para comprender el significado del hecho, en este caso personas discapacitadas, serán sustituidos por un representante legítimo y en caso de que los padres no puedan cumplir esta función el Juez, con el apoyo del DIF, nombrará un tutor especial para comparecer en juicio.



Autor: Alberto Gárate Rivera. Título: muleta en oferta

jurídicamente incapaces deberán hacerlo por medio de su representante. Cuando no estén capacitadas para satisfacer sus necesidades básicas, éstas deberán ser cubiertas por sus familias; respecto de los menores, incluye los gastos para su educación. Los alimentos se darán de acuerdo con las posibilidades de quien tenga que proporcionarlos y

Siguiendo con lo anterior, en el artículo 353° se indica que si la persona cuenta con una discapacidad (que no disminuya su capacidad de comprender el hecho) que le impida presentarse ante el Juez, la declaración se podrá llevar a cabo en su domicilio.

En el artículo 662° encontramos información que respalda el derecho de las personas discapacitadas a recibir cuidados y atención de sus necesidades básicas, incluso después de la disolución matrimonial de sus padres o tutores.

Por último, el artículo 598° indica que los tutores de las personas con alguna discapacidad no podrán decidir ni realizar transacciones mercantiles de bienes o negocios, salvo con aprobación judicial que otorgue un árbitro en sus negocios.

A manera de conclusión, cabe mencionar que realizar el presente trabajo permitió conocer la situación que guardan los derechos en torno a las personas con capacidades diferentes, promovidos por organismos nacionales e internacionales desde 2006, así como de las diversas disposiciones legales que los respaldan.

A partir de esto, pretendemos asegurar que se conozcan y, sobre todo, invitar a las personas con capacidades diferentes a que los ejerzan y, a la comunidad en general, a que los respeten.

REFERENCIAS

Código Civil para el Distrito Federal en materia común y para toda la República en materia federal. (1928). En Diario Oficial de la Federación del 26 de mayo de 1928. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Disponible en: http://www.solon.org/Statutes/Mexico/Spanish/codigo_civil.pdf

Código de Procedimientos Civiles para el Estado de Baja California. (1995). En Periódico Oficial No. 21 del 26 de mayo de 1995. Congreso del Estado de Baja California. Disponible en: http://www.congresobc.gob.mx/Parlamentarias/TomosPDF/Leyes/TOMO_IV/Codiproci_04JUL2008.pdf

Comisión Nacional de los Derechos Humanos. (2009). Los derechos humanos: concepto. Disponible en: <http://www.cndh.org.mx/losdh/losdh.htm>

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (1917). En Diario Oficial de la Federación del 5 de febrero de 1917. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Disponible en: www.cddhcu.gob.mx

Darriba, F.M.J. (2008). Evolución plástica del concepto de discapacidad. Disponible en: <http://www.revistatog.com/num8/pdfs/original2.pdf>

Instituto de Estudios Políticos para América Latina y África. (2009). Curso Sistemático de Derechos Humanos. En línea. Disponible en: http://www.iepala.es/curso_ddhh/ddhh1259.htm

Ley de Asistencia Social para el Estado de Baja California. (2002). En Periódico Oficial No.46 del 25 de octubre de 2002. Congreso del Estado de Baja California. Disponible en: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/BAJA%20CALIFORNIA/Leyes/BCLEY04.pdf>

Ley de Desarrollo Integral para Personas con Capacidades Diferentes de Baja California. (2003). En Periódico Oficial No. 44 del 26 de septiembre de 2003. Cámara de Diputados del Congreso de Baja California. Disponible en: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/BAJA%20CALIFORNIA/Leyes/BCLEY76.pdf>

Ley de Educación del Estado de Baja California. (1995). En Periódico Oficial No. 48 del 29 de septiembre de 1995. Congreso del Estado de Baja California. Disponible en: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/BAJA%20CALIFORNIA/Leyes/BCLEY12.pdf>

Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales de Baja California (2008) En Periódico



Autor: Alberto Gárate Rivera. Título: Esperando que lleguen los años

Oficial No. 57 del 19 de noviembre de 2008. Disponible en: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/BAJA%20CALIFORNIA/Leyes/BCLEY30.pdf>

Ley de Obras Públicas y Servicios relacionados con las mismas. (2001). En Diario Oficial de la Federación del 20 de agosto de 2001. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Disponible en: <http://capacitacionbeop.funcionpublica.gob.mx:8080/bitacora//ayuda/procedimientos/normatividad/lopsrm.pdf>

Ley del Seguro Social. (1995). En Diario Oficial de la Federación el 21 de diciembre de 1995. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Disponible en: <http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/92.pdf>

Ley Federal de Protección al Consumidor. (1992). En Diario Oficial de la Federación del 24 de diciembre de 1992. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/doc/113.doc>

Ley General de Educación. (1993). En Diario Oficial de la Federación el 13 de julio de 1993. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/144.pdf>

Ley General de las Personas con Discapacidad. (2005). En Diario Oficial de la Federación el 10 de junio de 2005. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGPD.pdf>

Ley General de Salud (1984). En Diario Oficial de la Federación del 7 de febrero de 1984. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/142.pdf>

Ley para el Desarrollo Integral de Personas con Capacidades Diferentes para el Estado de Baja California. (2003). En Periódico Oficial No. 44, del 26 de septiembre de 2003. Congreso del Estado de Baja California. Disponible en: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/BAJA%20CALIFORNIA/Leyes/BCLEY76.pdf>

Ley para Incorporar al Desarrollo Productivo de la Sociedad a Discapacitados. (1995). En Periódico Oficial del 7 de julio de 1995. Congreso del Estado de Baja California. Disponible en: <http://www.orden->

[juridico.gob.mx/Estatal/BAJA%20CALIFORNIA/Leyes/BCLEY76.pdf](http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/BAJA%20CALIFORNIA/Leyes/BCLEY76.pdf)

Ley para las Personas con Discapacidad del Distrito Federal (1999). En Gaceta Oficial del Distrito Federal del 1° de julio de 1999. Asamblea de Representantes del Distrito Federal. Disponible en: <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/compi/1191295.html>

Ley que crea el Instituto del Deporte y la Cultura Física de Baja California. (1997). En Periódico Oficial No. 32 del 8 de agosto de 1997. Cámara de Diputados del Congreso de Baja California. Disponible en: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/BAJA%20CALIFORNIA/Leyes/BCLEY81.pdf>

Pardo, N. (2005). Breve historia de la atención a personas con discapacidad o necesidades educativas especiales. Disponible en http://www.espaciologopedico.com/articulos2.php?Id_articulo=961

Portuondo, S.M. (2004). Evolución del concepto social de discapacidad intelectual. Disponible en: http://www.bvs.sld.cu/revistas/spu/vol30_4_04/spu06404.htm

Wikipedia, la Enciclopedia Libre. (2009). Discapacidad. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Discapacidad>



Autor: Alberto Gárate Rivera. Título: El peligro de la calle

El fin de la filosofía

Carlos Postlethwaite García
Campus Mexicali

La filosofía ha dejado de tener influencia en la vida del hombre y la mujer actual. Y por influencia, me refiero a cualquier tipo de manifestación perceptible, de “*bola aquí estoy*” que nos permita acudir a ella al tomar una decisión, al actuar, o en cualquier otro episodio de nuestra vida cotidiana. Pero, ¿a qué apelearíamos en caso de querernos apoyar en la filosofía? Quizás a un proceso de pensamiento que cumpla con ciertas condiciones de secuencia lógica, de trabajo racional, de exigencia crítica, de un método que encauce nuestra dirección hacia una finalidad bajo escrutinio. Por nombrar algunas: ‘la verdad’, ‘la justicia’, lo ‘preferible’, lo ‘plausible’, lo ‘sensato’, lo ‘conveniente’, la ‘felicidad’... o cualquier otro concepto generador de valor; incluso podría ser un ‘anti-valor’, siempre que se ponga a prueba bajo alguna consideración. La filosofía requiere de un ‘eje rector’ (o varios) desde el cual puedas poner a prueba tus procesos. Si de veras quieres ponerte ‘filosófico’... podrías introducir como objetivo ‘*la ausencia de valores*’, ‘ningún valor’, ‘el azar’ o una combinación de todo lo mencionado anteriormente. La cosa es contemplar las posibilidades y evaluarlas bajo alguna perspectiva de análisis y discernimiento. Ponerlas a prueba bajo algún respecto. Acudir a la filosofía también podría ser traer a mente los temas, las ideas, los argumentos que actualmente producen aquellos quienes se llaman a sí mismos ‘filósofos’.

Si la filosofía tuviera presencia, acudiríamos a ella sin pensarlo. Así como a la hora de comprar un vestido consideras la moda (consciente o inconscientemente lo haces... ya sea para copiar la moda, para retarla, para ignorarla, para mejorarla...). De la misma manera que al elegir una carrera o un trabajo consideras la realidad económica, la oferta laboral... tus gustos y preferencias, etc. Incluso en cosas aun más rutinarias como al elegir qué comer, consideras la información que tienes sobre el valor nutritivo, el sabor de la comida, el tiempo y el dinero con el que cuentas, tu antojo, etc. Pareciera que hay consideraciones que imprimen,

que inciden más en nuestro contexto que otras. Estamos inmersos en contextos de los que aparentemente no podemos escapar. Y bajo algunas sustancias, nuestro entorno se sumerge más que bajo otras. La filosofía es una disciplina ausente de nuestros ámbitos. Sus aguas no nos llegan a los tobillos. De hecho, no sabemos si sus aguas son de río o de mar; verdes o transparentes. Nada en nuestro campo visual adapta la forma filosófica. Ni una sola nube nos amenaza con sus lluvias. Desde hace tiempo la filosofía no incide, y como decía al inicio del texto, no ejerce influencia en nuestras vidas. El contexto... aquel ambiente rico en ideas que florece del trabajo de los filósofos, hoy no está directamente al alcance del ser humano común.

Pero no fue siempre así. Los pensamientos que generó la filosofía, por ejemplo, en tiempos del debate sobre la relación entre espíritu y materia (identificado como un problema de ‘dualismo’) influyeron con fuerza en las personas de sus tiempos. Independientemente de la conclusión a la que se haya llegado, perduró la importancia de la pregunta sobre si estamos compuestos de dos sustancias: una cuya esencia es material, y que detectamos por su forma, tamaño, peso, y presencia en el plano físico-espacial; y otra inmaterial, como lo son nuestros pensamientos, que no parecen tener forma, ni peso, ni color. De estos debates nace la psicología. Gracias a ellos se afectan fuertemente las religiones, y hemos cambiado profundamente el concepto que teníamos acerca de nosotros mismos. Ahora, para ser justos, hay que decir que la influencia de la filosofía, miles de años antes de este ‘dilema’, fue aún mayor. Por algo se le llamó ‘la madre de las ciencias’. Todas las preguntas en algún momento fueron materia filosófica: las preguntas sobre la composición de las cosas (que ahora contestan la física y la química...), la pregunta sobre cómo funcionaban (que ahora en parte contesta la mecánica y otras ciencias...), las preguntas sobre la naturaleza (que ahora contesta la biología, la geología, entre otras...), las preguntas sobre la orga-

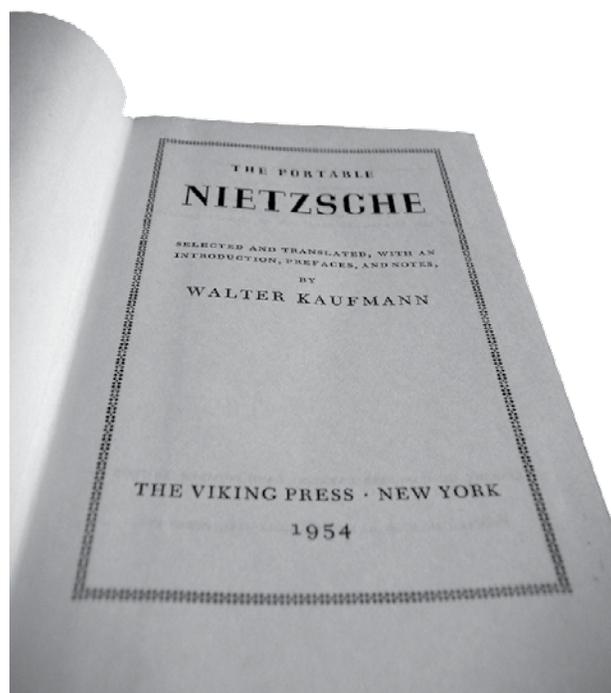
nización social (que ahora contestan la política, la sociología, la antropología...), etc., etc. La dinámica de preguntar sobre nosotros mismos y nuestro entorno constituía la acción filosófica. Hoy en día las respuestas se encuentran sólo en el departamento correspondiente. Nuestra realidad y nosotros mismos nos parecemos tan segmentados, que cada situación percibida tiene un especialista al que hay que acudir. Con suerte, el especialista conoce la 'técnica' adecuada para 'solucionar' el problema de manera 'satisfactoria'. Por lo general, la satisfacción, o el remedio, no es algo de fondo, sino superficial, y a veces la persona pertinente no entiende 'de bien a bien' por qué funciona así. "Tómate la pastilla y ya", te dirá. Pero si le preguntas qué contiene la pastilla y por qué esa sustancia reacciona de tal modo con tu cuerpo para desinflamar, o para anestesiar; o por qué se receta en esas cantidades, o de dónde proviene la materia prima, la persona en cuestión llegará el punto en que no sabrá bien qué decirte. Por más que sea el creador, el descubridor, o la persona más sabionda al respecto.

Lo que el ser humano ahora empieza a vislumbrar es que ninguna ciencia está pudiendo resolver las preguntas de su propio objeto de estudio. La física lucha con el concepto de 'super-hilos', 'quarks', la creación de nueve y hasta diez dimensiones para poder entender la composición básica de la materia. El estudio de la sustancia material más básica ha abandonado el reino de lo perceptible para poder contestar el comportamiento de las cosas materiales. Vaya contradicción. Para entender cómo es que una pelota rebota, hay que llegar a la conclusión de que la pelota (o cualquier cosa) está compuesta de elementos ultramicroscópicos cuyo comportamiento y estructura rebasa nuestra comprensión. Los mini-elementos que componen a todo parecen ser ondas y partículas a la vez, cosa que no puede ser, por contradictoria. Este problema conocido como el de 'la dualidad onda-corpúsculo de la materia' es el equivalente

de aceptar la realidad de un círculo cuadrado, y sin embargo los estudios arrojan dicho resultado... Indudablemente las ciencias físicas avanzarán (este paradigma ya se considera superado), pero de seguro surgirán nuevas preguntas y otros enigmas que se necesitarán resolver. Lo mismo sucede en otros departamentos, desde la medicina hasta los negocios y las leyes. No es necesario advertir que las técnicas y teorías económicas no están siendo lo suficientemente nutridas para resolver el problema de la producción y distribución de los bienes, la 'riqueza de las naciones'. Y todo esto lo entendemos... lo justificamos. Nuestras ciencias no son perfectas, como tampoco nosotros lo somos. Pero, ¿qué tiene que ver la filosofía con todo esto? Esa es exactamente la pregunta.

La filosofía no está teniendo que ver mucho con nada de esto. Claro, hay filósofos involucrados en la creación de tecnología para la Inteligencia Artificial, otros contribuyen en las ciencias neuro-cognitivas, o en la elaboración de lenguajes artificiales en computación, pero parecen no hacerlo en materia explícitamente filosófica y no se hace en gran medida. Y es que la filosofía también se ha segmentado y especializado. En mi opinión, la filosofía formal, académica, tiene la autoestima por los suelos,

pero no lo admite. Creo que en gran medida se debe a su incapacidad de resolver un problema que hasta la fecha lo aqueja y el cual se toma por superado: La división entre 'la realidad' y 'su interpretación'... también conocido como la distinción entre 'contenido' y 'esquema': Lo que supuestamente 'es' (ontología) y lo que podemos 'saber' (epistemología). Me viene a la mente aquel dibujo que se puede 'ver' de dos maneras. Es una viejecita narizona o una muchacha con un sombrero de plumas. Sabemos que el dibujo puede ser visto de las dos maneras, pero sólo tenemos acceso a uno a la vez. No somos capaces de percibir las dos imágenes al mismo tiempo. Aunque nada nos impide saber que



un solo dibujo representa dos imágenes. Digamos que son dos dibujos, pero sólo podemos ver uno a la vez. Es dos, pero sólo experimentamos uno (a la vez).

Esta distinción entre ‘lo que es’ y ‘lo que parece ser’ no nos ha dejado en paz desde los tiempos de René Descartes. Grandes mentes han dedicado sus vidas enteras a tratar de solucionar este problema que va más allá de poder ver dibujitos. Se trata de que la realidad, en su totalidad ‘es’ de cierta manera que quizá es incompatible con nuestra manera de ‘verla’. A grandes rasgos, esta distinción produce dos extremos ‘clásicos’ (y muchísimas posturas intermedias). Por un lado, el ‘idealismo’ cree que el mundo exterior no existe en realidad, sino que todo ocurre en la mente. No se puede comprobar que hay una mesa, ni la existencia de ningún objeto fuera de mí. Todo ‘es’ únicamente su apariencia. La realidad es completamente inmaterial, sólo existen las ideas, los pensamientos. Y por otro lado, está el ‘materialismo’, cuyo caso más extremo es el que piensa que absolutamente ‘nada mental’ existe. Sólo existe lo material. Lo que nosotros creemos que son nuestros sentimientos, pensamientos, deseos (y otras cosas por el estilo que no tienen ‘presencia física’) realmente no son nada más que acontecimientos en el plano físico. El dolor, por ejemplo, es solamente cierta actividad neuronal, puramente física. El sentimiento que causan las neuronas en ese estado es una ilusión. Curiosamente, proponentes de estas escuelas de pensamiento tan



opuestas coinciden en una conclusión: La muerte de la filosofía; el fin de la filosofía. Para ellos, la filosofía no tiene por qué existir. Para el idealista, las preguntas se hacen hacia adentro, por lo que cada quien debe responderse a sí mismo. La materia capaz de resolver cualquier problema será de carácter psicológico, digamos. Mientras para el materialista, todas las preguntas tendrán respuesta en las ciencias duras, en el neurócrujano, digamos.

(Debo aclarar que no todos los idealistas y materialistas mantienen estas posturas. Estoy simplificando, no sólo en este tema, sino en todo lo que va y lo que seguirá del texto.) Pero bueno, la oposición entre cómo son las cosas y cómo nos parecen ser, ha influenciado mucha producción filosófica en el ámbito de la filosofía del pensamiento, la filosofía del lenguaje, la filosofía de la ciencia, la filosofía de la psicología y la estética, entre otras.

Algunos filósofos dicen que no hay tal distinción, que no hay nada que resolver entre cómo son las cosas y cómo aparentan. No existe ‘el mundo’ sin mi percepción de él. Ni hay percepción si no hay mundo. Así que no hay asuntos que se puedan separar para estudiar uno por un lado y otro por otro. Ocurren simultáneamente, por decirlo así. Querer estudiar el mundo por sí solo es como querer estudiar el concepto ‘moneda’ sin que exista una moneda, o a la moneda en sí sin que yo pueda tener un concepto, un nombre para ella.

El problema es que todas nuestras explicaciones del mundo hasta ahora, han tomado por hecho las distinciones como si fueran algo real. Como si hubiera varias cosas, y cada una se pudiera tratar por su lado. Como si la estructura de la realidad no fuera afectada por mi interpretación de ella. Todas las ciencias aíslan a su objeto de estudio. Y, absolutamente todo el progreso de dos mil años atrás a nuestros días, es gracias a la distinción, a la separación y segmentación del mundo. El empresario da por hecho que tal producto existe o puede existir si lo fabrica; y que hay deseos y preferencias en el mercado, y tiendas que pueden exhibir y vender el producto. Presupone que hay camiones y carreteras. Cada uno funciona de tal y tal forma. Se descomponen bajo tales circunstancias y se arreglan siguiendo tales operaciones. Hay dinero, hay bancos, hay fronteras. Existe él mismo y no se confunde con su competencia. La distinción es clara. Es evidente. El psicólogo toma por hecho que hay cerebros y que funcionan de tal forma bajo tal condición. Y así el médico, el carpintero, el agricultor, el deportista, el amo (o ama) de casa... Todas nuestras maneras de enfrentar la vida dependen de las distinciones entre objeto y objeto; entre objeto y su concepto; y entre concepto y concepto. Todas las conclusiones a las que podemos llegar son gracias a la distinción que hacemos entre todo ello. Somos el resultado de muchos años dedicados a la detección de diferencias.

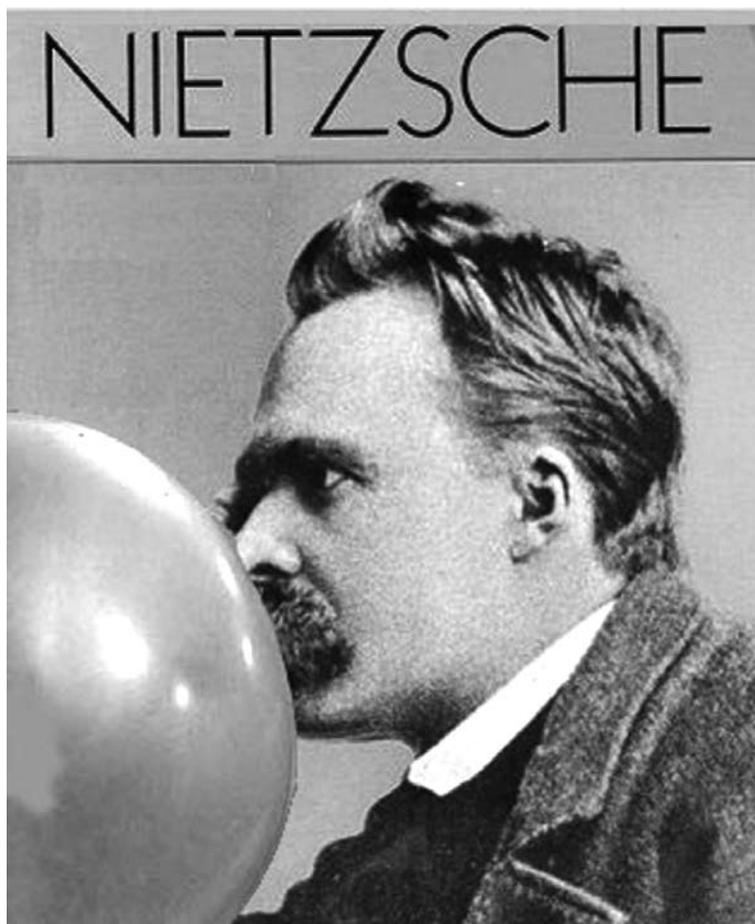
En la práctica no necesitamos que la distinción entre las cosas se nos compruebe. No nos interesa poner-

la en tela de juicio. Se puede decir que vivimos como si la distinción estuviera comprobada. Pero, ¿acaso no será que la manera de ser del mundo (y de nosotros mismos) sea así precisamente porque esa es la manera en que miramos? ¿Qué tal si el modo que interpretamos al mundo es precisamente lo que lo hace ser como es? Por decirlo de una manera simplista: Si creo saber y estoy convencido de que el mundo se comporta fiel a las leyes de la física, entonces por esa razón es que así será en realidad. La manera que es el mundo quizá se deba a la manera de interpretarlo; a los modos que tengo de mirar. Todas las ciencias tienen lo que se llama su 'aparato crítico': El ojo desde el que vemos e interpretamos la materia, la metodología a la que acudimos para darle sentido y explicar nuestro objeto de estudio. ¿Esperaríamos que el objeto nos parezca igual si cambiamos de óptica? Pareciera que si abandonamos la manera en que nos dirigimos a las cosas, las cosas también cambiarían. Por lo menos nos parecerán distintas a cómo nos parecían desde el punto de vista original. ¿Qué pasa si alguien estuviera convencido de poder volar, de que las leyes de este mundo son distintas a las que su vecino tiene por verídicas? ¿No podrá convertirse en águila y volar? Los indios nativos norteamericanos así lo creían... y así lo vivían. Por lo menos así lo cuentan. ¿Qué leyes creían los Mexicas que definían su mundo? ¿Y, no se conformaba el mundo a sus convicciones? (¿Y viceversa?)

La filosofía que sobrevive ha dejado de hacer estas preguntas mafufas por someterse a las leyes que establecen las ciencias y a las evidencias que el mundo arroja. El afán de ser objetivos, y de creer que existe una verdad a la que se puede llegar, nos exige acomodar nuestros esfuerzos de manera que no contradigan las leyes que ya hemos inferido. Pero fue precisamente gracias a que cuestionamos las 'leyes' de otros tiempos y las 'evidencias' arrojadas, que las ciencias como tales nacieron. Y nacieron de la filosofía. Si contenemos nuestras preguntas dentro del esquema existente, sus respuestas estarán dentro de ese mismo esquema. Esto es lo que venimos haciendo a grandes rasgos desde Sócrates, quien vivió hace 2,500 años (más o menos). El patrón que ha soportado dos

mil años de avance parece haberse quedado obsoleto para el ser humano que ayudó a crear.

El esquema del que hablo es el que segrega para explicar; aísla situación por situación y así busca aproximarse a la verdad sobre el asunto en cuestión. Apenas empezamos a jugar con lo que implicaría unificar percepciones para entender. Unificar opuestos o contrarios. Las filosofías antiguas de otras culturas trabajaron con conceptos holísticos que invitan a ser incorporados en nuestros sistemas de hoy. Pero la invitación no puede ser hacia ningún pasado, pues la dominación de la segregación en la cultura mundial es un factor sin precedente que ahora debe formar parte de nuestras siguientes explicaciones. La herencia de la distinción debe ser incorporada. Espero que la filosofía como disciplina no muera antes de tener la oportunidad de tajarnos un nuevo camino. Esto sería su verdadero fin.



Mercadotecnia Social: Una Estrategia de Negocio Responsable

*Eduardo Díaz
Campos Tijuana*

Las empresas nos han acostumbrado a exigir lo mejor y por medio de sus esfuerzos de promoción nos han convencido de que nos merecemos lo mejor. La idea de que el cliente es primero tiende a elevarnos el ego. Pero nos seguimos quejando. Entre más nos dan las empresas, menos lo valoramos. La tendencia a servir al cliente es cada vez más fuerte. Las empresas reconocen que su continuidad en el mercado depende de los consumidores y por esa razón hacen lo que pueden por hacernos creer que somos especiales. Los mercadólogos se especializan en la satisfacción de las necesidades del consumidor, sin embargo, una mentalidad enfocada únicamente a lo que quiere el cliente o a los objetivos económicos de las empresas ya no es responsable. Los avances que se han logrado en el nombre de servir al cliente son considerables. Sin embargo, todos los lujos y comodidades que están a nuestro alcance vienen con un precio oculto, o más bien ya no tan oculto. Los automóviles, por ejemplo, nos dieron comodidad y libertad a un precio que buen porcentaje de los habitantes del mundo desarrollado pueden pagar, pero el precio del aire contaminado que respiramos y su impacto en la temperatura del mundo no vienen incluidos en la factura.

Muchos de los productos que consumimos son ideas válidas desde el punto de vista comercial, pero desde un enfoque ambiental o humanitario han levantado varias cejas en años recientes. Automóviles de ocho cilindros, calzado deportivo elaborado en partes del mundo donde los derechos de los trabajadores son mínimos o inexistentes, ropa elaborada con piel de animal, combustibles y otros recursos valiosos que provienen de zonas de conflicto, y alimentos que dañan la salud. Los objetivos económicos organizacionales son importantes para los mercadólogos ya que las empresas necesitan contar con suficiente ingreso para

existir y continuar creciendo, pero las empresas pueden tener diferentes tipos de objetivos, en este caso, objetivos económicos y sociales que sean congruentes con la filosofía empresarial.

Distinguiendo entre negocios sociales y negocios socialmente responsables

Kotler y Lee (2005) señalan que la “responsabilidad social corporativa es un compromiso para mejorar el bienestar de la comunidad a través de prácticas de negocio discrecionales y contribuciones de recursos corporativos” (3). La definición anterior no dice que los negocios que practican la responsabilidad social corporativa abandonan objetivos de crecimiento o que la protección del medio ambiente o alguna otra causa social se convierte en prioridad número uno de la empresa. Pero sí habla de una forma de trabajo que no es impuesta por alguna autoridad y que va encaminada a un fin social.

Pagar impuestos es una manera de contribuir de forma positiva al “bienestar de la comunidad”, pero no es voluntario hacerlo ni se lleva a cabo por iniciativa de la organización. Las empresas pagan impuestos porque así lo dice la ley y enfrentarían consecuencias negativas de no hacerlo. Por lo tanto, pagar impuestos no puede considerarse como una forma de responsabilidad social corporativa. Sin embargo, cuando los altos ejecutivos de una organización deciden donar computadoras a la escuela primaria ubicada en su distrito, sin haber recibido órdenes de la autoridad, es decir, se hace por voluntad propia, entonces se habla de responsabilidad social corporativa, en este ejemplo, en la forma de filantropía. Esta práctica puede ser algo controversial ya que puede verse como una forma poco sincera de generar buena voluntad hacia la empresa, lo cual tiende a generar mayores ingresos para la

misma. Muchas personas ven este tipo de iniciativa con sospecha.

“El concepto de negocio socialmente responsable es creado con buenas intenciones. Pero algunos líderes corporativos utilizan equivocadamente el concepto para producir beneficios egoístas para sus compañías” (Yunus, 2007: 16). Como podemos apreciar, la idea de una empresa socialmente responsable no está libre de crítica. El conflicto radica en el hecho de que los consumidores tienden a premiar a empresas que se preocupan por problemas sociales y no únicamente por su rendimiento económico. Con esto en mente, las empresas apoyan causas de interés para su mercado meta no sólo con el fin de ayudar, sino con el fin de mejorar su posición en el mercado también. En otras palabras, muchos creen que las organizaciones “hacen que ayudan” cuando en realidad pretenden lucrar. Sin embargo, “hacer que se ayuda” muchas veces resulta en verdadero apoyo. Una empresa que “hace que dona” un centro de cómputo a una escuela primaria puede, realmente, terminar por mejorar la calidad educativa de la institución, lo cual beneficia a los estudiantes y

a la comunidad, independientemente de los objetivos económicos de la empresa.

Parte de la confusión sobre las empresas que ponen en práctica una filosofía de responsabilidad social corporativa se debe a que a veces se entiende como prácticas de mercadotecnia social. Pero responsabilidad social corporativa y mercadotecnia social son cosas distintas. Kotler y Armstrong (2008) indican que las compañías que operan bajo el concepto de mercadotecnia social consideran lo que piden los consumidores, los objetivos organizacionales y también el impacto a largo plazo en la sociedad. Pero los negocios sociales tienen otra característica. Muhammad Yunus (2007) señala que “un negocio social está diseñado y operado como una empresa, con productos, servicios, clientes, mercados, costos, ingresos – pero con el principio de maximización de utilidades reemplazado por el principio de beneficio social” (23). Con estas aportaciones podemos deducir que un negocio social o la implementación de una filosofía de mercadotecnia social van más allá que las prácticas de responsabilidad social corporativa. El negocio social requiere una valoración de toda la mezcla de mercadotecnia mientras que los



Imagen tomada del Sitio Oficial de The Earth Institute de Columbia University <http://www.earth.columbia.edu/articles/view/1970>

negocios que se comprometen a llevar a cabo una estrategia de responsabilidad social corporativa sólo necesitan apoyar alguna iniciativa sin el imperativo de modificar su oferta comercial. Los negocios sociales no buscan lucrar. Las ganancias son reinvertidas en el mismo negocio, la razón de ser del negocio social es el beneficio que aporta a una comunidad determinada. En contraste, las empresas socialmente responsables normalmente tienen accionistas a quienes se les debe un rendimiento sobre su inversión.

Una empresa socialmente responsable no tiene porque aparentar ser un negocio social. Si sus acciones tienen un impacto positivo en la comunidad y en sus propios objetivos económicos sin dañar a terceros, entonces, la iniciativa se puede considerar genuina y productiva. Para determinar el grado de involucramiento de una empresa con el bienestar de la comunidad es necesario que considere “que tan ampliamente percibe [...] sus metas de marketing y lo dispuesta que está a invertir en lograrlas” (Stanton, Etzel, y Walker, 2007: 14). El compromiso con la sociedad es cuestión de grado o nivel, se puede comenzar con iniciativas modestas, pero con objetivos y acciones reales y después ir aumentando su nivel de involucramiento. Todo depende de la filosofía del negocio, el liderazgo de la alta gerencia, el compromiso de los empleados, las fuerzas del mercado y el alcance de la organización.

La habilidad que tenemos los seres humanos para entender que el mundo sigue adelante después de que nosotros ya no estemos aquí implica una responsabilidad con las futuras generaciones. Nosotros estaremos aquí “de mientras”, pero nuestros hijos y nietos tendrán que recoger la factura de nuestro consumo. Bajo estos términos, el mercadólogo es un ciudadano del mundo

que puede y debe de asumir su responsabilidad como tal por medio de su práctica profesional. No puede ser ignorante. Principalmente si actualmente comercializa un producto que en el corto o largo plazo sea dañino para la comunidad. La producción y venta de cigarros es un ejemplo claro. Independientemente de los beneficios percibidos por lo fumadores, los cigarros causan malestar y enfermedades en los consumidores directos y en los consumidores indirectos llamados fumadores de segunda mano, los cuales muchas veces son niños que respiran el humo del cigarro del papá cuando están juntos en casa o en el carro.

Esa es la realidad del desarrollo sustentable. Realmente no es una opción válida ignorar los efectos del desarrollo económico ni de los productos que consumimos. Aún cuando un país específico no ha experimentado crecimiento económico significativo, como es el caso de algunos países africanos como Etiopía, Sudán y Mozambique, ya que los efectos del crecimiento de otros países, calentamiento global y escasez de alimentos, afectan a todos. Lo mismo aplica a individuos. Los negocios sociales y las empresas socialmente responsables que busquen aceptación en el mercado deberán de considerar su impacto en áreas que no están directamente relacio-



Autor: Alberto Gárate Rivera

nadas con su modelo de negocio inicial. Volti advierte que los “mercados generalmente hacen buen trabajo de coordinar producción y consumo, pero no son eficaces en tratar con los efectos que descansan fuera de las transacciones de compradores y vendedores individuales” (1995: 101). Los mercadólogos no pueden encargarse únicamente del diseño y comercialización de sus productos, ahora deben de considerar qué pasará con sus productos una vez que el cliente los deseche y los efectos que el producto pueda tener en el consumi-

dor. Esto aplica a todo tipo de producto que pueda ser dañino a la salud de las personas o al medio ambiente. Las computadoras que no se desechan correctamente, los cigarrillos y las hamburguesas son ejemplos claros. Conocer que tan ampliamente quiere y puede una organización definir sus objetivos es un primer paso para tomar acciones que ayuden a definir su modelo de negocio y que éste sea congruente en su quehacer cotidiano y su discurso. No es un imperativo que las empresas abandonen totalmente su forma de trabajar o los productos que llevan al mercado, pero si tiene que haber congruencia entre lo que se dice y lo que se hace. Es trabajo de los mercadólogos ayudar a las empresas y a su entorno de manera simultánea, pero para eso es necesario tener una clara idea del tipo de causas que, según los objetivos y alcance de la empresa, se pueden apoyar y hasta qué punto. A continuación discutimos algunos de los temas que ocupan a la mercadotecnia social.

Implicaciones en el Producto

Sin duda, algunos bienes y servicios que actualmente se encuentran en el mercado son controversiales en términos del bienestar social. Cigarrillos, automóviles de ocho cilindros, ropa elaborada con piel de animal y centros nocturnos para caballeros pueden ser tomados como ejemplos. Pero podemos ir más allá si hablamos de todas las cosas que compramos que realmente no agregan valor alguno a nuestras vidas, pero que su producción y consumo está ligada a daños al medio ambiente y a la sociedad. Sabemos que la sociedad solía ser muy diferente a lo que es hoy y que el gran cambio sucedió aproximadamente hace doscientos años. Jeffrey Sachs explica:

La combinación de nuevas tecnologías industriales, energía de carbón, y fuerzas de mercado crearon la revolución industrial. La revolución industrial, a su vez, llevó a los eventos económicos más revolucionarios en la historia de la humanidad desde el comienzo de la agricultura diez mil años antes. De pronto, economías podían crecer más allá de los antiguos límites acos-

tumbrados sin topar con restricciones biológicas de alimento y producción de madera (35).

Ahora tenemos la capacidad de producir más que en ningún otro periodo en la historia. Mayormente por medio del uso de combustibles sucios como el carbón y el petróleo. Utilizamos recursos del planeta como la madera de los árboles para construir artículos y comercializarlos en masa. Una especie que solía ser austera ahora requiere de mucho mantenimiento. Los automóviles y los teléfonos celulares son considerados artículos esenciales (no pueden faltar) por muchos de nosotros. Somos una sociedad materialista y “desafortunadamente, el materialismo tiene consecuencias reales. Una de las mayores consecuencias es el impacto en el ambiente. Las personas que quieren más y que no les importan los demás estarán dispuestas a hacer mayor daño ambiental” (Twenge y Campbell, 2009: 173).

Es posible que nuestro propio consumismo sea la causa de los principales problemas que enfrentemos en el futuro, de hecho, ya hemos comenzado por ese camino.

Uno puede argumentar que el problema no es simplemente que ahora consumimos más energía que generaciones anteriores. La verdad es que somos más personas

las que habitamos el planeta. Jeffrey Sachs nos recuerda que “la población mundial ha crecido por más de 4 billones desde 1950, de 2.5 billones a 6.6 billones al día de hoy” (2007: 18). La explosión demográfica de los últimos 50 años ha sido increíble. No podemos esperar que el medio ambiente y los recursos del mundo no se vean impactados por tan pronunciado incremento poblacional. Pero no podemos pensar que el problema es meramente biológico. Si fuera así, todos los países del planeta crecerían a un ritmo muy similar. Sin embargo, sabemos que las personas en Asia, África, América y Europa no tienen el mismo número de hijos por familia. Por lo tanto, el problema del crecimiento de la población es un problema social. Andrew Feenberg señala que “si factores sociales influyen en comportamiento reproductivo, necesitamos crear condiciones



Imagen tomada del Sitio Oficial de The Earth Institute de Columbia University <http://www.earth.columbia.edu/articles/view/1970>

donde esos factores favorezcan un crecimiento poblacional más lento en los países más pobres” (2000: 55).

La combinación del consumismo excesivo de los países ricos y la explosión demográfica de los países pobres pone considerable presión en el planeta lo cual perjudica al medio ambiente y amenaza nuestra existencia. Realmente no hay nada que se pueda hacer por vías legales o políticas sin atentar contra las libertades de los individuos. “No hay mucho que hacer a nivel político; uno no se puede manifestar en contra de bebés, ni siquiera en contra de padres de familia” (Feenberg, 2000: 60). Lo que nos queda es el estilo de vida de las personas. Habitantes del mundo desarrollado donde las mujeres no únicamente trabajan, sino que asisten a universidades y aplazan el matrimonio para cumplir una gran variedad de objetivos personales, tienden a encargar menos hijos. No requieren de intervención gubernamental para obligarlas, su propio plan de vida invoca a las personas a controlar el crecimiento poblacional.

Los bienes y servicios que comercializan los mercadólogos responden a un estilo de vida de los ciudadanos. Son factores sociales, tal como lo es la planeación familiar. Si ellos pueden introducir al mercado productos que respondan a las necesidades de los consumidores, pero sin perder de vista las metas sociales de las compañías, se podría llegar a un “control” en el impacto ambiental por voluntad de los mercados. Comercializar alimentos que se producen localmente que respondan a la demanda de los habitantes; automóviles a base de energía limpia que cumplan con los requisitos de fuerza, durabili-



Autor: Alberto Gárate Rivera

dad, costo y estilo de los automovilistas; supermercados que favorezcan alimentos saludables que estén alineados con los paladares y los presupuestos de sus clientes. Todos estos son ejemplos de productos diseñados para satisfacer objetivos económicos y sociales. No hay un conflicto explícito o implícito entre productos y compañías orientados a la maximización de ganancias y productos y compañías orientados al cuidado de la salud de los consumidores y el medio ambiente.

Implicaciones en el Precio

Los consumidores estábamos acostumbrados a que un producto barato normalmente implicaba baja calidad. Sin embargo, la globalización permite a los consumidores adquirir productos a un precio relativamente bajo sin sacrificar la calidad. No siempre funciona así, por supuesto, todos hemos escuchado historias de productos importados de Asia que no cumplen con los estándares del Oeste. Sin embargo, también podemos mencionar industrias (automóviles, electrónicos) que tenían mala reputación en algunos países, pero que ahora son ejemplos de mejores prácticas.

Lo que sí es todavía un tema muy controversial es el de la reducción de personal o adelgazamiento en empresas de países desarrollados que mandan sus operaciones a países en desarrollo. Es común escuchar anécdotas que tienen que ver con crecientes índices de desempleo en ciertos sectores, así como anécdotas sobre explotación de menores en fábricas ubicadas en naciones emergentes. Todo en el nombre del precio bajo como resultado de reducciones en costos operativos y administrativos. A los consumidores nos gusta que las empresas cobren menos por sus bienes y servicios, pero también queremos respeto por los derechos de los trabajadores y seguridad de empleo. Las empresas pueden ser flexibles en este sentido, pero los trabajadores también tienen que serlo. Kenichi Ohmae (2005) señala que “trabajadores en todos los sectores de la economía, incluyendo sectores profesionales, deben ser enseñados a abrir su mente y ser versátiles” (207). La realidad es que los trabajadores de los países desarrollados no pueden esperar seguridad de empleo de por vida,



Autor: Alberto Gárate Rivera

simple y sencillamente no funciona así, aún cuando se esté al frente de una empresa propia. Los trabajadores deben de asegurarse de que sus conocimientos y habilidades sigan siendo relevantes en su entorno. Si descubren que no es así, deberán de hacer del entrenamiento y la mejora continua una prioridad.

Los consumidores tienen gran poder de influencia sobre las empresas. Aquellos que no estén conformes con la forma en que las compañías tratan a sus empleados en otros lugares del mundo pueden castigarlas al no comprarles. En otras palabras, las fuerzas del mercado pueden “obligar” a las empresas a ser más “justas” y responsables, pero los consumidores tienen que estar dispuestos a sacrificar el precio bajo. “Muchas situaciones requieren que los mercadólogos ejerciten un juicio moral, mientras

enfrentan presiones y prioridades comerciales que están en conflicto” (Drummond y Ensor, 2005: 14).

La globalización representa una oportunidad para ciudadanos de países pobres. Representa oportunidad de empleo, crecimiento, educación y estándares de vida previamente inalcanzables. Sin embargo, “críticos de la globalización argumentan que a pesar de los supuestos beneficios asociados con libre comercio e inversión, a lo largo de los últimos cien años aproximadamente la brecha entre naciones ricas y pobres del mundo se ha hecho más amplia” (Hill, 2003: 28). El problema no es que las naciones no hayan crecido en los últimos cien o doscientos años, el problema es que unos han estado en crecimiento continuo mientras otras se han estancado.

Esta desigualdad hace posible que las empresas puedan exportar sus trabajos a naciones donde el estándar de vida es más bajo, por lo tanto, el costo de mano de obra es menor que en naciones desarrolladas. Asimismo, les permite exportar sus productos a países donde el mercado sea más atractivo, aún cuando se manejan precios bajos. Hemos escuchado reportajes en los noticieros que señalan que no todos los gobiernos tienen los mismos estándares de protección al medioambiente y/o a los trabajadores. También se dice que algunas empresas se han aprovechado de esta situación. Pero algunas voces argumentan que, “porque el libre comercio le permite a naciones en desarrollo incrementar sus índices de desarrollo económico y ser más ricas, esto debería de llevar a leyes ambientales más estrictas” (Hill,

2003: 27). Esta lógica es indicativa de que una vez que los países solucionen, o atiendan a un nivel aceptable, sus problemas de empleo y pobreza, entonces pueden poner al medio ambiente y otros factores sociales como prioridad.

Los precios de los productos tienen antecedentes. Detrás del bajo costo existen decisiones que tuvieron que ser tomadas y sacrificios, ambientales o de algún tipo, que se tuvieron que llevar a cabo. Los mercadólogos tienen la responsabilidad de fijar precios que le permitan a las compañías alcanzar sus objetivos económicos, pero no pueden cegarse a las implicaciones de sus acciones. Tal vez deberían de cambiar la fórmula del precio bajo por la fórmula del “precio responsable”. Donde las empresas paguen un precio justo a sus empleados, tomando como base un estándar internacional mínimo, de manera que los consumidores puedan estar seguros que nadie fue explotado en la producción del producto que están adquiriendo, sin importar donde se produjo.

Implicaciones de la Plaza

Los canales de distribución están más cerca de los consumidores que las fábricas, por lo tanto, la balanza

de poder se inclina hacia los canales de distribución. Bajo esta lógica, negocios detallistas como Wal-Mart, Costco y Liverpool, pueden influir considerablemente en la toma de decisiones de sus proveedores. Ningún negocio demuestra esto mejor que el detallista más grande del mundo: Wal-Mart. Pero esta empresa es tan controversial como lo es exitosa. Charles Fishman (2006) señala que Wal-Mart tiene tanta influencia en sus proveedores que incluso ha llegado a fijar el precio en que los proveedores pueden venderle a Wal-Mart (88). Esto es un claro ejemplo del desbalance de poder. Un comprador dictándole al vendedor el precio “justo” de sus productos. Hasta aquí no hay mucho problema, el proveedor baja sus precios, pero se recupera en volumen; Wal-Mart gana clientes vendiendo barato; y los consumidores compran más cosas de las que pudieran comprar sin los precios bajos.

El problema comienza cuando esos mismos consumidores les reclaman a los proveedores de Wal-Mart y otros detallistas por despedir a sus empleados y mover sus operaciones a países subdesarrollados buscando mano de obra barata y regulaciones ambientales “flexibles”. Como ya se dijo en este documento, es cuestión



Autor: Alberto Gárate Rivera

de decidir si los consumidores quieren el precio bajo o el precio responsable. Esto es más transparente de lo que algunos suponen. En el caso de Wal-Mart, Fishman dice que “es asombroso que casi todo el comportamiento de Wal-Mart – hasta el mal comportamiento o el comportamiento aparentemente diabólico – se puede explicar tomando a Wal-Mart por su palabra” (2007: 288). Esta empresa lo anuncia sin ambigüedad, “Precios bajos Siempre”, es decir, la prioridad de este negocio, su cultura organizacional, es mantener los precios bajos. La prioridad no es el crecimiento económico de los empleados ni la continuidad de sus proveedores, ni el cuidado al medio ambiente.

El punto aquí es que “[...] en tanto que antes la Revolución Industrial tendía hacia la producción, ahora la Revolución Mercadotecnia tiende hacia la distribución” (Llamas, 2008: 24). Por lo tanto, los consumidores preocupados por causas sociales deben de prestar especial atención a los distribuidores donde hacen sus compras. Los detallistas pueden exigir comportamiento socialmente responsable a sus proveedores, pero sólo si los consumidores se lo exigen a los minoristas. Es una cadena que termina con el consumidor. Sobre todo en un período en la historia donde el consumidor tiene muchas opciones sobre los productos y servicios que consume y donde los puede adquirir. Ni siquiera la distancia física es gran impedimento. El increíble crecimiento del comercio electrónico le da el poder al consumidor sobre los detallistas. La balanza se vuelve a inclinar, pero esta vez de los detallistas a los consumidores.

Sin embargo, es necesario tener cuidado ya que el ciberespacio, como mercado puede traer todo tipo de retos, incluidos retos a la ética y la responsabilidad. El caso del fraude electrónico nos da un buen ejemplo. “Cuando ocurre fraude en línea, es el comerciante, no el banco, quien es finalmente responsable” (Carroll y Broadhead, 2001: 313). Cuando el cliente demuestra que fue víctima de fraude electrónico, el banco le regresa su dinero y le cobra al comerciante. Así es como debe de ser. El comerciante que decide vender en Internet se tiene que responsabilizar por

lo que le pueda ocurrir al cliente. Este es un excelente incentivo para que los comerciantes electrónicos implementen acciones de protección al consumidor, como el uso de software especializado.

Implicaciones de la Promoción

Cuando entramos a la primaria recibimos clases diseñadas para enseñarnos a leer y escribir, en muchos casos, los niños aprenden a leer y escribir desde antes de entrar a la primaria. Afortunadamente, en el mundo desarrollado, es difícil encontrar a una persona adulta analfabeta. No siempre fue así, antes de la Revolución Industrial y la imprenta de Gutenberg la gran mayoría de las personas no leían. La verdad es que no necesitaban hacerlo para trabajar o sobrevivir en el mundo. Sin embargo, leer y escribir es un requisito para quienes deseen vivir y prosperar en el mundo. Por lo tanto, lo antes posible, los padres de familia se encargan de que sus hijos aprendan a leer y escribir. Personas alrededor del mundo han, en las últimas décadas, llevado a cabo un nuevo proceso de alfabetización utilizando la computadora personal. Este “nuevo lenguaje” se enseña en las casas y escuelas y utiliza software con diversas aplicaciones, entre los más populares, MS Office.

Nos encontramos en la era de la información. Tenemos acceso a más información de la que podemos procesar eficazmente. Necesitamos desarrollar la capacidad de organizar, procesar y contextualizar información. Esto es trabajo de padres de familia y profesores, no necesariamente de los empresarios. Sin embargo, los negocios que implementan estrategias de comunicación comercial son criticados en ocasiones por exa-



Autor: Alberto Gárate Rivera

gerar o de alguna forma distorsionar los atributos de sus productos.

Las comunicaciones integradas de marketing ofrecen una respuesta para las empresas que buscan entrar y mantenerse en el mercado. Kerin, Hartley y Rudelius (2009) ofrecen una definición útil de las CIM:

En la actualidad, el concepto de diseñar programas de comunicación de marketing que coordinen todas las actividades promocionales: publicidad, ventas personales, promoción de ventas, relaciones públicas y marketing directo, para proporcionar un mensaje consistente a través de todos los públicos recibe el nombre de comunicación de marketing integrado (464).

La comunicación de mercadotecnia va más allá que la difusión de mensajes para el cumplimiento de objetivos organizacionales. Cuando se hace bien, la comunicación de mercadotecnia requiere de una reflexión interna del negocio, es decir, la definición de la identidad y valores organizacionales. Adicionalmente, requiere de un sólido entendimiento de la percepción que se tiene en el mercado respecto al negocio. La idea es que los

mercados logos no pueden difundir mensajes que no sean congruentes con la identidad de la organización. Dos razones por las que no pueden hacerlo es (1) no funciona en el largo plazo, los consumidores se darían cuenta después de la primera compra si fueron engañados, y (2) los esfuerzos de promoción deben de estar basados en el plan de mercadotecnia, el cual parte de las necesidades del mercado meta y la capacidad de la organización para satisfacerlas. De manera que la responsabilidad social en la promoción y el éxito de los programas de comunicación comercial no están separados, de hecho, se encuentran ligados. Una empresa que difunde mensajes distorsionados con el propósito de engañar no solamente atenta contra la ética, también atenta contra su propia continuidad.

Debe de quedar claro que no todas las distorsiones en los medios van en contra de la ética o los derechos de los consumidores. Los comerciales que utilizan el humor en su contenido muchas veces exageran sus atributos, pero la exageración es tan obvia que resulta cómico y nadie cree realmente lo que se dice en

el anuncio. Se entiende que se trata de una distorsión diseñada para captar la atención y que el mensaje sea recordado. Pero los comerciales en televisión que utilizan expertos falsos en sus testimoniales; los vendedores agresivos que asechan a sus clientes y los presionan para que compren bienes o servicios que realmente no quieren comprar; descuentos y rebajas engañosas que no cumplen lo que prometen; y esfuerzos de relaciones públicas implementados para encubrir fraudes o escándalos en empresas dirigidas por personas corruptas; son claros ejemplos de comunicación de mercadotecnia que faltan al concepto de responsabilidad social.

Quizá sea menos obvio el papel de la comunicación de mercadotecnia en asesorar a los consumidores sobre los productos que puedan ser dañinos para ellos. Pero en realidad el empaque de los productos sirve una importante función en el proceso de toma de decisiones de los consumidores. Gracias al empaque podemos diferenciar entre productos que contienen azúcar y productos que contienen otro tipo de endulzante. También podemos distinguir productos que son nocivos para la salud como las bebidas alcohólicas, los cigarrillos y los insecticidas. Tanto las latas de cerveza como las cajetillas de cigarrillos incluyen una leyenda que advierte sobre los posibles riesgos y los insecticidas utilizan símbolos como calaveras además de la advertencia que aparece en el empaque. Pero ese tipo de información, aunque importante, no es suficiente para los consumidores en el siglo XXI que desean realizar compras de manera responsable. Daniel Goleman (2009) proporciona un ejemplo:



Imagen tomada del Sitio Oficial de The Earth Institute de Columbia University <http://www.earth.columbia.edu/articles/view/1970>

Digamos que no sólo quiero comprar la grabadora más barata que pueda; quiero una que se elaboró sin exponer a trabajadores a toxina alguna y que causará el menor daño al ambiente cuando termine de usarla. Con total transparencia ecológica, yo pudiera saber cuál es esa [grabadora]. Entre más sistematizada y completa se vuelva la transparencia, mejores las opciones para compradores (79).

Si las empresas utilizan la comunicación de mercadotecnia para informar a los consumidores sobre la forma en que cada uno de sus productos ha sido elaborado, los insumos que se utilizaron y sus efectos en la salud de los consumidores y en el medio ambiente, además del lugar donde el producto fue elaborado, los consumidores podrían tomar decisiones que vayan de acuer-

do con sus propios valores. La idea de transparencia ecológica señalada por Goleman es una forma de proveer información y dar poder a los consumidores sobre los detallistas y fabricantes. Implica que los clientes tomen decisiones informadas a nivel más amplio ya que la transparencia ecológica va más allá que la etiqueta de contenido nutricional que encontramos en la mayoría de los productos en los supermercados. Lo que Goleman propone es poner todo al abierto, sin secretos. Si un cliente decide comprar un gel para el cabello que tiene químicos que contribuyen al desarrollo de cáncer en la piel, es libre de hacerlo. Pero siempre y cuando cuente con la información necesaria para tomar dicha decisión.

No es trabajo de los mercadólogos decirle a la gente lo que le convie-

ne comprar o rechazar. Pero bajo la filosofía de mercadotecnia social o socialmente responsable, es responsabilidad de todo aquel que comercializa un bien o servicio informar a los consumidores y ayudarles a tomar decisiones informadas. Para esto, probablemente sea necesario “alfabetizar” a los consumidores por medio de formas de comunicación de mercadotecnia para que las personas aprendan a “leer” y hacer uso de la información proporcionada en los empaques, puntos de venta, etiquetas, sitios en Internet. La comunicación de mercadotecnia, basada en la identidad de la empresa, pasaría de ser persuasiva a ser informativa. Sería una forma de que las empresas puedan decir: “esto es lo que somos y esto es lo que son los productos que comercializamos”. Cada competidor po-



Imagen tomada del Sitio Oficial de The Earth Institute de Columbia University <http://www.earth.columbia.edu/articles/view/1970>

dría hacer los mismo y al final los consumidores favorecían a los comerciantes que estén mejor alineados con los valores de cada quien.

Conclusión

Los negocios socialmente responsables encuentran que sus estrategias bien implementadas les ayudan a cumplir con los objetivos económicos y al mismo tiempo les generan buena voluntad en sus mercados mientras apoyan a su comunidad. Por su parte, los negocios sociales continuarán cobrando fuerza gracias al apoyo de los consumidores y a la habilidad y consciencia social de los empresarios. A los mercadólogos les conviene entender que “la responsabilidad social también requiere que [...] consideren la función que están desempeñando y que podrían desempeñar en términos de bienestar social” (kotler y Keller, 2006: 22). Esto implica un entrenamiento más amplio para los estudiantes de mercadotecnia. Los programas de estudio en las universidades a nivel licenciatura y posgrado tendrán que adecuarse a la definición del papel del mercadólogo como agente de cambio para la sociedad. Los planes de estudio deberán de incluir asignaturas afines de desarrollo sustentable, medios de comunicación y sociedad, filosofía de la administración, ciencia política, filosofía de la tecnología, psicología social, medio ambiente, entre otras. Será más difícil asumir un papel de liderazgo en el área de mercadotecnia, pero al mismo tiempo será más gratificante. Pero más importante aún, las empresas y la sociedad se verán ampliamente beneficiadas.

Referencias

Carroll, J., Broadhead, R. (2001) *Selling Online: How to Become a Successful E-Commerce Merchant*.

Chicago, IL: Dearborn Trade.

Drummond, G., Ensor, J. (2005) *Introduction to Marketing Concepts*. Burlington, MA: Elsevier

Butterworth-Heinemann.

Feenberg, A. (2000) *Questioning Technology*. New York, NY: Routledge.

Fishman, C. (2006) *The Wal-Mart Effect: How the World's Most Powerful Company Really Works*.

and How It's Transforming the American Economy. New York, NY: The Penguin Press.

Goleman, D. (2009) *Ecological Intelligence: How Knowing the Hidden Impacts of What We Buy can*

Change Everything. New York, NY: Broadway Books.

Hill, C. (2003) *International Business: Competing in the Global Marketplace*. New York, NY:

McGraw-Hill.

Kerin, R., Hartley, S., Rudelius, W. (2009) *Marketing Novena Edición*. México, DF: McGraw-Hill.

Kotler, P., Armstrong, G. (2008) *Fundamentos de Marketing Octava Edición*. Estado de México:

Pearson Education.

Kotler, P., Lee, N. (2005) *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company*

and Your Cause. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Llamas, J.M. (2008) *Estructura Científica de la Venta*. México, DF: Limusa.

Ohmae, K. (2005) *The Next Global Stage: Challenges and Opportunities in Our Borderless World*. Upper

Saddle River, NJ: Wharton School Publishing.

Sachs, J. (2004) *The End of Poverty: Economic Possibilities for Our Time*. New York, NY: The Penguin Press.

Sachs, J. (2007) *Common Wealth: Economics For a Crowded Planet*. New York, NY: The Penguin Press.

Stanton, W., Etzel, M., Walker, B. (2007) *Fundamentos de Marketing Decimocuarta Edición*. México,

DF: McGraw-Hill.

Twenge, J., Campbell, W. K. (2009) *The Narcissism Epidemic: Living in the Age of Entitlement*. New, NY:

Free Press.

Volti, R. (1995) *Society and Technological Change Third Edition*. New York, NY: St. Martin's Press.

Yunus, M. (2007) *Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism*. New York,

NY: Public Affairs.



Imagen tomada del sitio oficial de danone <http://www.danone.com/en/company/introduction.html>

Caminando por México

*Alfonso Rodríguez,
Campus Mexicali*



Ex Hacienda de Chantla Puebla

Mi afición por la fotografía comenzó cuando cursaba la escuela secundaria. Me era placentero el poder revelar las imágenes y ampliarlas en papel. Después de eso, perdí el interés por varios años. Fue la fotografía digital la que reavivó la vieja atracción que se encontraba dormida. El lente de la nueva tecnología podía reproducir con detallado realismo lo que el ojo humano captaba. La fotografía me

envolvió en su red. “El arte”, me dijo un primo, “no tiene, como la vida misma, más que la forma en la que se hospeda”. Hay arte en la fotografía.

Mi esposa comparte conmigo la afición por viajar. Cada verano planeamos un recorrido distinto por nuestro país. Nos empapamos del color, del viento, de los seres humanos que los habitan, de sus olores, de sus costumbres. La Catedral de Morelia recién ilu-

minada, en medio de la lluvia y la gente que se empapa. Recorrer las calles de Pátzcuaro, evocadoras de ensueños. El parque nacional de Cupatitzio, en Uruapan, su bosque, su río, su cascada y el hombre que se queda en posición contemplativa. Xochimilco y sus trajineras y el destello vivo de sus colores que se impregnan en los ojos. Jardines flotantes que en dilatada espera rompen con su quietud el fin de semana y ofertan sus vendimias y su comercio al turismo e invitan a la fiesta. Una niña tarahumara mirando sin ver reclinada en la puerta de una iglesia de Chihuahua mientras escudriña su ser interior. Una casita y un pequeño puente donde se reflejan como en un espejo en un lago artificial, mientras el sol se oculta



Trajineras Xochimilco



Carranza Chiapas



y alarga las sombras en Chautla Puebla. Y Chiapas, con su mágico encanto, colores y ríos, selvas y animales, punto de partida de mi origen, la tierra de mi padre y la familia que existe pero que no conozco, los brazos abiertos que me esperan. Un descubrimiento, una reivindicación, un lazo familiar que se aprieta. Mis primos y mi gente que comparten conmigo la experiencia de su vida. En ese calidoscopio desfilan el Cañón del Sumidero, El Parador Santa María: una vieja hacienda convertida en museo y en hotel, donde uno puede sentir el sabor del pasado. La comida en el Restaurante Las Pichanchas con mis primos Montes de Oca, degustando los sabores de aquella tierra, mientras las historias se deslizan por la mesa, como en una evocación. El viaje en lancha por el inmenso río Grijalva. Los Lagos de Monte Bello que agotan con sus matices el color esmeralda, el blanco y el azul.

Aún nos quedan muchos lugares de México por conocer, así que estamos esperando el próximo verano para planear nuestro siguiente viaje, pueden ser playas, tal vez montañas, o quizás alguna ciudad colonial, aún no lo sabemos, pero ya estoy preparado con mi equipo fotográfico.



Alfonso Rodríguez Lagunes
Escrito en colaboración con Ángel Ramiro Montes de Oca.

Cañon Sumidero Chiapas



Patzcuaro



Catedral Morelia



Parador Santa Maria Chiapas



Parque Nacional Uruapan



Lagos de Montebello

¿Hacia dónde vamos como individuos y sociedad?

Dr. Víctor Mercader
Campus Mexicali

En este ensayo deseo resumir y mostrar cuatro enfoques que nos reafirman la tendencia del ser humano y por ende, de la sociedad en el futuro cercano por no decir inmediato. Se puede percibir en ellos, cómo existe una congruencia, bajo diferentes perspectivas, de la intención factible, transformable en logros paulatinos aunque lentos, en pro de una humanidad más productiva, solidaria y feliz.

Estos enfoques se presentan en cuatro temas:

1. Pilares del Desarrollo emergente.
2. ¡Soluciones ante la Paradójica realidad!
3. ¡Expectativas y Pronósticos! ¿Ficción o realidad?
4. Las teorías Quánticas aplicadas a los Pilares del Desarrollo Integral.

De allí que un cambio sea necesario y por lo tanto que tengamos que adoptar una serie de condiciones y actitudes que provoquen la inquietud transformada en hechos de un número mayor de personas y que se vean reflejados en sus diferentes áreas de trabajo y de convivencia, día tras día. Ahora bien, no debemos olvidar lo que Tales de Mileto 500 años A.C., ya nos decía cuando le preguntaban:

“¿Qué es lo más constante para el hombre?” y respondía con calma: *“La esperanza porque permanece cuando todo pareciese estar perdido”*.

“¿Cuál es la mejor de todas las cosas?” y revelaba que: *“La virtud porque sin ella no habría cosas buenas”*.

Este cambio tan necesario debería soportarse entonces en la esperanza como algo constante y en la virtud como lo mejor del ser humano. A su vez, lo podremos realizar y evidenciar a través de los cinco pilares del cambio productivo, como lo denominan Charles J.

Schwahn y William G. Spady (1998) en su libro *“Total Leaders”* y que deseo preguntarme si prevalecen y si son útiles para comparar, interpretar y adaptar a nuestras propias inquietudes e ideas:

Propósito: “Tiene sentido para mí”

Visión: “Es claro y excitante”

Participación: “Me siento y quiero ser parte de...”

Capacidad: “Puedo hacerlo”

Soporte: “Nuestro líder nos apoya y ayuda para lograrlo”

Todos estos puntos citados en esta breve introducción dan apoyo a los temas que se desarrollan a continuación, los cuales están interrelacionados entre sí, presentando soluciones en pro de una humanidad que espera ansiosa por un mayor equilibrio y bienestar, pleno de sensibilidad humana y sentido positivo del vivir y convivir.

Pilares del Desarrollo emergente.

Hablar de países y regiones de modo generalizado y tratar de colocarlos como patrones standard es la tendencia común que tenemos como costumbre. De esa forma, hablamos de modo muy natural de los países del Medio Oriente, de Centroamérica, del Lejano Oriente, países nórdicos, de Latinoamérica, europeos, africanos, etc. encajonándolos como grupo a una igualdad que en realidad está saturada de desigualdades cada día mayor.

Por supuesto, tiene sus ventajas y desventajas así como su realidad cierta e incierta. Por una parte, es fácil ubicarnos dentro de un área que mantiene nexos fronte-

rizos, culturales, religiosos, idiomáticos o geográficos, y después siempre hay tiempo para detallar; lo cual no está tan mal, siempre y cuando nos dediquemos posteriormente a ¡detallar!

¿Por qué? Justamente por falta de una mayor información más específica y ajustada a la realidad e idiosincrasia de cada país. Es así como se cometen errores que sorprenden de modo estrepitoso a muchos inversionistas y comerciantes internacionales al igual que a políticas globales adoptadas por ciertos países.

El caso de América es ciertamente interesante pues según el concepto de los estadounidenses, ellos son “América” y Latinoamérica significa todo aquello por debajo del Río Bravo. A ello se añade el hecho de pensar que toda esa gama variada de países es similar, tendiendo a ser subestimados al considerar de modo predominante los aspectos negativos, que no faltan, como el común denominador que califica al “latino” o “hispano” dentro o fuera de USA, Canadá y de muchos países de la Comunidad Europea. No es el deseo en este artículo entrar en este tema, siempre en discusión, ni en la diferencia lógica aunque mal utilizada, del significado agrupador y del origen de estas palabras “latino”, “hispano”, “sudakas” y tantas otras.

Ahora bien, más importante que este fallo del concepto étnico, geográfico y cultural con interpretaciones erróneas, son las relaciones productivas y confiables que pueden establecerse entre todos estos países, desde la Patagonia hasta el círculo polar ártico que debieran unir al continente más extenso de norte a sur en el planeta que habitamos ¡América!

La idea básica es descubrir las debilidades no superadas y aprender de las fortalezas de los demás, las cuales nosotros no hemos identificado ni estimulado lo suficiente y que por lo tanto, aún tenemos que desarrollar. Aceptar la realidad y mostrar las cartas de forma ética es requisito fundamental para poder corregir e implica derribar las barreras del impedimento autoimpuesto y de un factible fracaso pero ello requiere de valor, sentido de autocritica y honestidad.

De norte a sur los recursos naturales existen y el continente ha sido agraciado con sus dotes; de allí que el recurso humano signifique el factor principal de influencia y de cambio como transformador de los recursos provenientes de la tierra y del mar, en productos que favorezcan a la sociedad con beneficios comunes y accesibles para todos.

Considero que para comprender mejor las posibilidades a futuro cercano así como las consecuencias

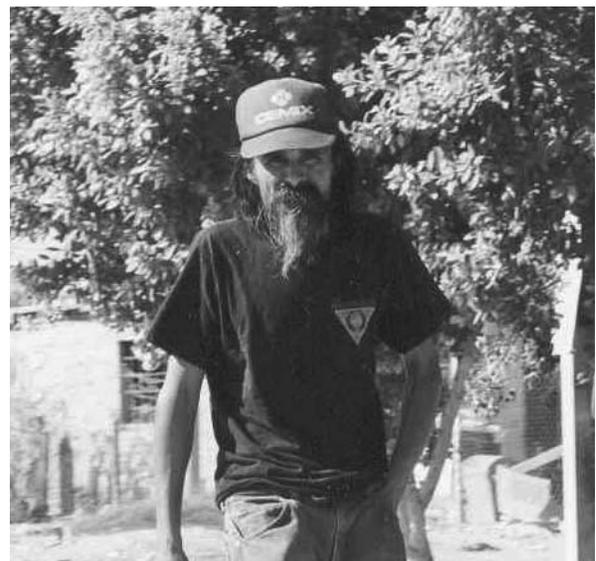
de modo predecible, es conveniente analizar los pilares que sostienen el desarrollo como describe el autor de este artículo en su libro “Crisis versus Desarrollo” (1999):

- | | |
|----------------------|---|
| • TRABAJO: | Con calidad y sin abuso ni ventajas. |
| • EDUCACIÓN: | Basándose en conocimientos aplicables y con ética. |
| • JUSTICIA: | Con oportunidades similares para todos. |
| • CONCIENCIA: | Como nexos común del ser auténtico y cooperador del planeta. |

El crecimiento y el desarrollo de estos pilares desmoronarán el lastre involutivo y retrógrado de aquellos que insisten y han permitido lamentablemente, los signos predilectos del sub-desarrollo con resultados nefastos, como son el hambre, la ignorancia, la injusticia y el egoísmo al ritmo que la población aumenta.

América es un continente unido geográficamente, pero desunido y desmembrado en su condición social, económica y cultural, presentando abismos de desigualdades de todo tipo que tanto perjudican ¡a todos!

Hay que considerar que los costos más altos son los que originan la negligencia, la ignorancia, la injusticia y la ausencia de valores éticos. Ninguno de ellos nos motivan a producir, a auto-exigirnos y a superarnos,



Autor: Luis E. Linares Borboa

alejándonos, obviamente, de la satisfacción como premio inmediato del hecho de vivir y de convivir en sociedad.

Ya Aristóteles nos decía que “*somos libres y no pertenecemos a nadie y no podemos ser dueños de los deseos, de la voluntad o de los sueños de quien quiera que sea*” y es conveniente añadir que mucho menos de quienes nos perjudican y nos suprimen al intentar crecer como seres humanos libres y auténticos.

Por el contrario, al incrementar los pilares del desarrollo, la clase media aumentará y las capacidades productivas y demandas de consumo lo harán simultáneamente, creándose una mayor fluidez comercial y de intercambio nacional, continental y global con el soporte de políticas justas y equitativas a todo nivel y medio. Si lo hacemos bajo el marco de la ética, la confianza y la credibilidad se incrementarán y los resultados de efectividad armónica y productividad en equilibrio serán la consecuencia.

Si comprendemos que la globalización va más allá del sector económico y tecnológico que son los que resaltan y que han sido los pioneros, nos daremos cuenta que éstos pueden ser utilizados a su vez para educar a los ciudadanos con una mayor conciencia de responsabilidad social y un espíritu mayor de servicio, utilizando los medios cibernéticos, tecnológicos y científicos en pro de todo el continente y por supuesto, de la humanidad, obteniendo un mayor beneficio integral.

Este concepto lo podemos llevar al plano material, mental y espiritual fomentando una sociedad global capaz de surgir, ajena a la pobreza existente material, cultural y de valores, la cual ejerce hegemonía actualmente en la mayoría de gobiernos de muy diferentes países de manera directa o disfrazada.

Si los gobernantes y directivos de diferentes instituciones y organizaciones públicas o privadas abusan o siguen tomando decisiones enfocando todas sus acciones para tomar ventajas individuales o de los otros países cuando pueden o se los permiten por desconocimiento o buena fe, el futuro del planeta es ¡Nefasto! Es cuestión de crear una mentalidad capaz de aplicar valores logrando ser amigos y socios de convivencia humana en todo lugar y en todo momento.

Es importante recordar, como nos cita David R. Schwandt y Michael J. Marquardt (2000) en su libro *Organizational Learning*, que cada vez que conquistamos metas y penetramos en lo desconocido con nuestros tradicionales métodos e ideas establecidas, que además no siempre son las más convenientes ni las mejores,

nos involucramos de forma progresiva en un mundo de mayor complejidad dando resultados de perdedores.

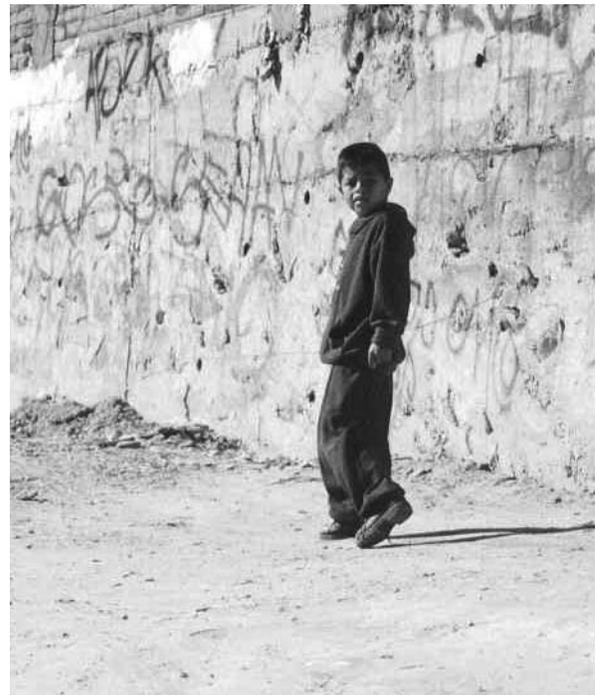
Ahora bien, todos estos aspectos, pilares y factores que influyen en el desarrollo son similares a los que se pueden aplicar al comercio, las inversiones, los negocios y a toda aquella actividad o trabajo que tenga como fin el lucro o no.

Se pueden aplicar estos pilares del desarrollo de manera directa e inmediata a los procesos y uso de los recursos como fuente de progreso en el ámbito individual, familiar, educacional, empresarial, de comunidades y de países para contribuir de forma efectiva al cambio positivo que se anhela y desea.

Vivimos y somos parte de América. Un continente joven en historia, grande en expansión y con horizontes amplios de unión, cooperación y confianza mutua, capaz de ser ejemplo mundial para el mejoramiento del ser humano.

¡Soluciones ante la paradójica realidad!

El mundo con una humanidad caracterizada por la inercia y la resignación inútil de muchos, continúa siendo una caja de sorpresas con paradójicos resultados. Es a veces difícil aceptar los persistentes sucesos que ocurren en todos los rincones del planeta que resultan ser inauditos y trágicos simultáneamente y en



Autor: Luis E. Linares Borboa

los que casi todos ellos tienen un común denominador:

¡El ser humano víctima del propio ser humano!

Este hecho es contrario a lo que el sentido común nos indica como obvio y lógico. Por ello, una vez más nos sentimos impotentes y derrotados ante las realidades que arremeten en contra de nuestros intentos de mejorar y surgir dentro de una sociedad inmersa en océanos de duda, injusticia, corrupción, abusos de poder y carencia de equidad (Gadner, 1990).

Es el momento de reaccionar y se puede llegar a la conclusión que, entre muchos otros, hay cuatro factores prioritarios que afectan el resultado de manera contundente con tendencia positiva o negativa acorde al uso que se le den.

Ellos son:

1.- *Información*: La cual debe ser cierta, transparente y nunca asumida. La tergiversación de la misma acorde a los intereses particulares

de grupos o individuos es una de las razones que alimenta continuamente las crisis de todo tipo, y en especial, cuando los medios de comunicación se manejan de forma arbitraria y en ocasiones comprada. La forma útil consiste en que cada uno de nosotros actúe de modo imparcial y pasando la información a través de los cedazos de la verdad, la dignidad y los valores éticos del ser humano.

2.- *El hecho de escuchar*: Uno de los requisitos previos a toda decisión que tenemos que asumir o aceptar. En demasiadas ocasiones, nos es sumamente difícil digerir lo que los demás nos dicen cuando ni siquiera les escuchamos, inclusive aun cuando hayamos permanecido callados. Parece insólito que los prejuicios, respuestas asumidas y subestimación a los demás invadan a la mayoría de personas y nos dejemos llevar por un porcentaje de la verdad que todo planteamiento posee, en vez de analizar el contexto en

su totalidad y con intención de encontrar soluciones equitativas.

3.- *Comunicación*: Absolutamente necesaria para que haya progreso y aprendizaje mutuo. Al no escuchar ni observar, la comunicación no se manifiesta con una base de conocimiento ni de forma imparcial y si la información no es transmitida de manera ética, real y bien intencionada, la comunicación se verá a su vez,

sometida a tergiversaciones y manipulación de cualquier tipo. Comunicar significa entender lo que nos dicen y hacernos entender a través de cualquier medio; lo cual no tiene necesariamente que obligarnos a estar de acuerdo o no, con lo publicado, anunciado por la radio, televisión o revista. Para ello, tenemos nuestro criterio propio y la libertad para tomar decisiones habiendo comprendido lo que se transmite.

4.- *Respeto y valores éticos*: Ellos evitan que la comunicación y la forma de actuar y reaccionar de las personas continúen afectando negativamente a otros y a ellos mismos, aminorando así, el sufrimiento, el dolor, las oportunidades desiguales y el menosprecio. Con la aplicación de los valores éticos, la libertad interna y externa aflorará y la sensación de agrado y de convivencia familiar, comunitaria y mundial mejorará progresivamente a lo largo y ancho del planeta (Mercader, V., 2004; Peterson & Seligman, 2004)

Utilicemos estos cuatro factores para nuestro propio desarrollo personal y nos daremos cuenta que podremos contagiar de manera positiva y útil a muchos otros seres humanos ávidos de seguir el ejemplo y sentir a plenitud la onda expansiva del hecho de vivir con dignidad.

¡Nosotros lo merecemos y la Humanidad también!

¡Expectativas y pronósticos!
¿Ficción o realidad?

La vida nos juega numerosas tretas de toda índole que nos impulsan, generalmente de forma emotiva, hacia diferentes opciones en la toma de decisiones.

Existe el miedo generado por la constante incertidumbre más que



Autor: Luis E. Linares Borboa

por el propio riesgo en sí, que se origina debido a que los cambios en este siglo son más veloces en muchas ocasiones que nuestras propias destrezas para reaccionar de manera lógica y analítica.

¿Hacia dónde nos dirigimos y cuáles son las perspectivas de futuro inmediato, a corto, mediano y largo plazo?

Quizás hoy más que nunca somos víctimas involuntarias de nuestro auto-impuesto aceleramiento provocado por la competencia financiera, tecnológica y científica que nos impulsa a niveles de ficción. Hemos descubierto el genoma humano por una parte y con ello se abre una nueva era que sólo podemos predecir con cierto temor que hay que aprender a asimilar. Charles Handy en un capítulo denominado “Gerenciando los sueños” del libro “*Organizaciones de Aprendizaje*” nos confirma que no hay mucha alternativa en la rueda que continuamente tenemos que mover o nos mueve sin querer pues se desencadenan reacciones hoy en día, tanto en conocimiento como en acción, que el pasado no nos puede enseñar a solucionar mientras los diferentes eventos se hacen más difíciles de predecir.

Aparece otra especie de gen que parece injerto en cada ser humano y que puede considerarse como hereditario. Este se ha convertido en un común denominador de la mayoría de personas a lo largo y ancho del planeta hoy en día. No es nuevo pero su vigencia y poderío parece consolidarse aun más en estos tiempos; se trata nada más y nada menos que del “dinero”, móvil del capitalismo que parece absorbernos a todos directa o indirectamente.

¿Serán nuestras inversiones las más apropiadas al cabo de ciertos años? ¿Suplirán las ganancias obtenidas a los esfuerzos, angustias y vaivenes del incesante cambio circunstancial que los juegos de la sociedad mercantilista nos ofrecen?

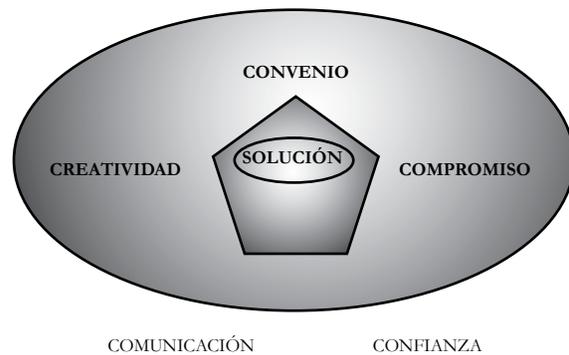
Este gen del “dinero” no es maligno, ni mucho menos un tumor, pero según sea su uso y tipo de búsqueda puede pasar a ser perjudicial. La razón es muy sencilla: No se puede confundir el dinero ni los bienes económicos con un fin, hay que utilizarlo como lo que es, un medio para lo que cada quien decida alcanzar.

Comenzar con nuevos objetivos armónicos con la dinámica de la negociación y de la solución factible, rentable y útil es la misión de todo inversionista, empresario y por supuesto, de todo ser humano o grupo. Es el momento de iniciar nuevos planes que hayamos pensado y establecido; ello implica y requiere a la vez, el desarrollo efectivo del:

Compromiso - Comunicación – Creatividad – Convenios – Confianza.

Estos cinco componentes del proceder de cada quien que comienzan por C y que obviamente no son los únicos pero si de gran relevancia, dependen totalmente del factor humano y los resultados obtenidos son consecuencia de la actitud asumida frente a cada situación de vida.

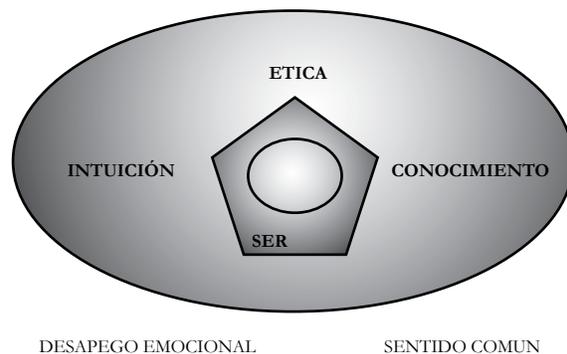
Todos ellos son necesarios pero no suficientes para asegurar los pronósticos tan ansiados en un mundo que se confunde entre las espirales de la crisis y las del desarrollo.



Desde luego que todos queremos encontrar respuestas seguras y hasta garantizadas. Esto pareciese ser un sueño y digo sueño porque muchos piensan que es imposible, a lo cual me inclino en ocasiones pero a la vez me rebelo en muchas más, pues es obvio que lo que más influye en la visión y culminación de cualquier negocio que una persona pueda tener, son causalmente estos cinco aspectos o factores que son de los que menos se utilizan:

Sentido común – Intuición – Desapego emocional – Ética.

Siendo el quinto: Conocimiento con orden el que sí se aplica mayormente.



Imaginémonos que ocurre al unir estos dos pentágonos de forma simultánea, lo cual puede hacerse en cualquier orden, manera o relación variable. Se crea así, una gama diversa pero efectiva de soluciones factibles con el dominador común del actuar cotidiano pero en esta ocasión, proveniente del sentir interno del ser humano capaz de producir con bienestar y con mayor equilibrio.

Y lo más importante: ¡Funciona!

Así, los negocios fluyen y no se fuerzan. Difícil de entender y aceptar en la práctica porque lo seguimos aceptando como un sueño sin tomar la oportunidad de probarlo. Sin fe en el objetivo, la acción se pierde en la búsqueda de dirección, y las oportunidades que nos rodean se opacan y desvanecen al no perseverar en pro del logro.

Es el momento de transformar los sueños en una realidad global donde las mayorías intervengan con pensamientos y acciones positivas y honestas.

El resultado originado por este cambio será: Superación con satisfacción.

Estos son los pronósticos de prosperidad que observo en un futuro cercano. Ello implica a la vez, que hay una necesidad inmediata de cambio de actitud que debe regirse bajo los parámetros de la ética y del espíritu de servicio, sin por ello dejar de alcanzar una productividad con beneficios económicos atrayentes y rentables.

Estamos entrando en una nueva etapa de razonamiento equilibrado aunque desconocido para muchos que lo toman como utopía ingenua.

La sentencia de mejoramiento global, más allá de las apariencias, está dictada y su flujo energético positivo atraerá cada vez a un número mayor de participantes con deseos de cooperar en pro del progreso de la Humanidad beneficiándonos ¡todos!

Las teorías cuánticas aplicadas a los pilares del desarrollo integral.

Hablar de la relatividad y de las teorías cuánticas, nos hace pensar a menudo en las complejas vicisitudes de nuestro sistema de entendimiento y de conducta individual y grupal. Las reacciones de todo tipo, así como los prejuicios unidos a ambiciones desmesuradas generan un clima de constante incertidumbre, iniciadores del caos que vivimos o mejor dicho, sufrimos.

La realidad que se vive en nuestro planeta, la Tierra, pareciese trasladarnos a una de las paradojas mayores de nuestra propia existencia. El hombre ha sido y continúa siendo el gran depredador de su ecología y naturaleza humana, vegetal y animal, además de tender a modificar todo lo que se nos ha otorgado de modo natural hacia lo artificial. Triste realidad que se vive acompañada de un continuo conflicto entre unos y otros por todo aquello que afecta directa o indirectamente la equidad del ser humano que se puede traducir como una serie de diferencias mal entendidas y mal asumidas; siendo, en general, aquéllas creadas por nosotros mismos las más radicales, crueles y controversiales.

Hagamos ahora una analogía con un Quantum como el elemento o partícula más mínima que hayamos podido descubrir hasta el presente y observemos su inquieto movimiento sin dirección ni precisión y en colisión o contacto constante con otros similares. Así, pareciese que nos comportásemos nosotros. Por supuesto, no todos los quantum son iguales, de modo similar sucede con los seres de la naturaleza: No somos iguales aun cuando las características de creación sean similares. Cada quien tiene su propia forma de ser, pensar y reaccionar frente a distintas situaciones del vivir.

Entonces, surge una de las preguntas fundamentales: ¿Cuál es el sentido de las diferencias que existen y creamos y cuáles son los márgenes de equidad que interfieren en el desarrollo de la Humanidad?



Autor: Luis E. Linares Borboa

La respuesta como todas las sabias soluciones puede ser muy simple y saturada de sentido común: El individuo al actuar bajo la influencia voluntaria de Valores Éticos encuentra armonía y motivación con el entorno de personas y naturaleza que le rodea. Consecuentemente, la generación sinérgica de grupos y comunidades integrales y productivas pasa espontáneamente a crear solidaridad y apoyo en los grupos, sin permitir fallas globales, aun cuando hayan errores circunstanciales e individuales aislados.

Este concepto se puede asemejar a la danza estratégica de vida de la que nos habla Snyder Karolyn, Acker-Hoceiver y Snyder Kristen en su libro *“Living on the edge of chaos: Leading schools into the global age”* cuando menciona que en la medida que las redes de interacción son más fuertes, mayores serán la fuerza y la energía humana en pro del cambio. Insiste en el vivir en el borde del caos que es donde se realizan los cambios trascendentes y donde los líderes del futuro inmediato tendrán que demostrar su capacidad y confianza para manejarse dentro de la calidad y la efectividad más allá de las circunstancias que los cambios provocan.

Por otra parte, al poner en evidencia la conciencia de equipo y la práctica de subsanar de inmediato cualquier deficiencia, se creará un índice elevado de calidad en pro de la excelencia dirigida a todo ser humano. A su vez, se le deben brindar las mismas oportunidades a todos por igual, permitiendo que se destaquen aquéllos que de hecho, utilizan con mayor “sincronía”, “sincronización” o “sincronicidad” (como prefiera llamarse) cinco fundamentos que ayudan a generar progreso y bienestar; a saber:

CONOCIMIENTO	en base a:	Información, Educación y Aprendizaje.
AMISTAD	en base a:	Comprensión, Comunicación y Motivación.
LOGRO	en base a:	Acción, Gerencia y Efectividad.
ÉTICA	en base a:	Criterio propio, Valores y Principios.
SABIDURÍA	en base a:	Sentido común, Mente y Espíritu.



Autor: Luis E. Linares Borboa

La unión armónica de estos componentes se logra cuando de forma natural se ponen en evidencia de modo constante en el actuar diario. Por otra parte, si no existen estas bases o fundamentos en la intención activa de las personas o en los grupos o países, la inexistencia de estos elementos hará que el caos comience a regir y las posibilidades de entropía serán cada vez mayores.

Este tipo de fenómeno es apreciable y fácil de observar al analizar cómo surgen o se desmoronan los diferentes planes y procesos de progreso de países en desarrollo o subdesarrollados. Los patrones del caos suelen derrumbarse cuando sus fundamentos comienzan a ser cercenados por sus propios gobiernos o dirigentes. Por el contrario, cuando se edifica sobre fundaciones firmes de modo consistente, la característica de auto-organización de las teorías del caos pareciese tomar vigencia y crear nuevos órdenes productivos y útiles dentro del desorden global.

Es conveniente citar dos ejemplos para simplificar y entender mejor estos conceptos:

1. Cuando vamos a reparar y pintar nuestra casa que no está en buen estado, comenzamos por mover todo y a protegerlo de una u otra forma temporalmente mientras la reparación o renovación se realiza. En esos momentos, todo parece estar en completo desorden, sin embargo, estamos intentando mejorar. Hay una etapa de confusión y de expectativa, en ocasiones tensa, que es función del plan, del orden establecido y

de los pasos o etapas que se siguen. Al cabo de cierto tiempo, todo va tomando forma y tan sólo ciertos retoques son necesarios, siempre y cuando se lleve a cabo una planificación estratégica de mantenimiento y mejoramiento continuo.

2. Cuando tenemos una cuerda que se ha usado y dejado de cualquier manera sin importar las consecuencias, al recogerla lo que encontramos son nudos y líos por todos los lados y hasta nos cuesta encontrar su inicio o fin. Cada tramo de la cuerda simula a un ser humano que jala hacia su lado sin importar los nudos que se hagan y las consecuencias que ello implica para los otros tramos de la cuerda, generándose un incontrolable desorden general. Comenzar a dedicarle el tiempo que se requiere para desenredar la cuerda, nunca parece que lo tengamos disponible ya que nuestra agenda pareciera tener cosas más necesarias por hacerse. Es solamente cuando se necesita utilizar urgentemente la cuerda o nos está estrangulando que pasa a ser prioridad. Es el momento de encontrar uno de los extremos e ir aclarándolo. Es cuando apreciamos el tiempo necesario y extremada-

mente largo que lleva reconstruir o construir en comparación con el que se toma para destruir o crear desorden. Es también, cuando la paciencia, la fe en solucionar lo que no es fácil en principio y la utilización de algunas metodologías conocidas o creadas para la particular situación, toman parte relevante y concientizamos la importancia de los factores tiempo, costo, calidad, cantidad y lugar o ubicación que siempre influyen en los procesos. Estos ejemplos visualizan lo que aparenta ser excesivamente complejo. Es el momento de aceptar que se requiere:

- Decisión para asumir el reto.
- Determinación para concluir lo que se inicia, cualquiera que sea el objetivo establecido.
- Dirección para enfocar los objetivos gerencialmente y con bases éticas.

Así, son los procesos del vivir y del Desarrollo que pueden acompañarse en “sincronía” si desde un principio se construyen los fundamentos del progreso y la intención última de servicio al prójimo en pro del bienestar común.

El mito de lo complejo e imposible puede ser abolido de forma

fácil cuando se explica la esencia del origen y se descubren las auténticas causas del caos. Si asemejamos nuestro comportamiento, en ocasiones fuera de control y ajeno a la lógica y al sentido común, lo podemos relacionar con el comportamiento de los Quantum en su sentido de libertad desorganizada y en ciertos aspectos impredecible.

La clave que descubre la realidad y señala el futuro nuestro, del país y de la humanidad radica en el análisis del comportamiento global de los grupos y países, percatándonos que aunque algunos quantum estén en desorden dentro de su ambiente o medio de subsistencia, lo importante radica en el movimiento del grupo como unidades de evolución y de transformación de lo negativo hacia lo positivo, sin por ello, reprimirse el espíritu individual de superación de cada quien pero con un fin único de mejoramiento de equipo, país y humanidad.

Otra analogía que tan solo deseo citar, podría ser con las células y el cuerpo humano, el cual aun carente de algunas células e incluso órganos pueden readaptarse para sobrevivir.

Un pensamiento final es considerar que cada uno de nosotros como seres humanos, somos lo más importante de nuestra existencia aunque parezcamos insignificantes frente al macrocosmos en el cual estamos incluidos. Nuestra importancia y misión de vida es función del bienestar que brindemos a los demás y a la satisfacción que nos da el hecho de ¡ser útiles!

Somos libres de albedrío pero a la vez responsables de nuestro futuro y de las generaciones futuras. De allí que crear futuro implique crear conciencia individual como los quantum pero con dirección y sen-



Autor: Luis E. Linares Borboa

tido global en pro de una humanidad que comparta paz y felicidad. Se trata de ser parte activa y motivadora del gran despertar de la conciencia de los pueblos que fervientemente aspiran al logro de la libertad a nivel global y que claman por una humanidad feliz. Nosotros podemos determinar de manera enfática y firme que no aceptaremos nunca más la ignominia, la hipocresía ni la crueldad.

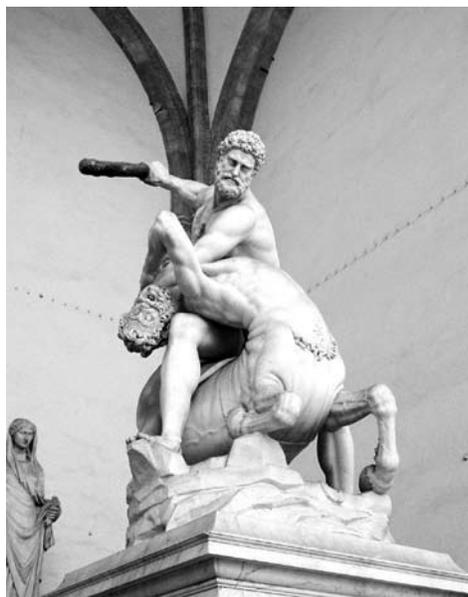
Los valores éticos son nuestros baluartes y la más vívida muestra de una factible y nueva realidad que inicia una era de mayor libertad y felicidad.

El reto es descubrir lo que “vivir” significa en todo su concepto universal.

Ésta es la nueva generación trascendental que inicia su avance progresivo de “*Cambio Evolucionario del planeta*” Mercader (1998).

Ahora podemos entender mejor y sensibilizar más profundamente el significado de la libertad, resumido en dos sencillas frases:

- “*El secreto de la Libertad consiste en No tener Secretos*” Mercader (1998).



Autor: Luis E. Linares Borboa

- “*La libertad comienza cuando lo que se piensa, se dice y se hace siempre coincide*” Mercader (1999).

Si queremos evaluar a nuestros actuales y futuros líderes ¿no creen que tan sólo tendremos que comprender y aplicar esta simple frase? “Sólo con líderes auténticamente libres y éticos puede haber pueblos libres y con desarrollo integral”.

Referencias:

Aristotle. (2000). *Nicomachean ethics* (R. Crips, Trans.). Cambridge, England: Cambridge University Press.

Bell, D. (2002). *Ethical ambition, living a life of meaning and worth*. New York: Bloomsbury.

Castells, Manuel. (2000). *The information age: Economy, Society, and Culture, Vol. III; End of Millennium*. Oxford, UK: Blackwell Publishers.

DeRoche, Edward F., & Williams, Mary M. (2001). *Character education*. Lanham, MD: The Scarecrow Press.

Gadner, J. W. (1993). *On Leadership*. New York: Free Press.

Handy, Charles. (1995). Managing the dream. In Chawla, S. & Renesch, J. (Ed.). *Learning organizations*. (p. 44-55). Portland, Oregon: Productivity Press

Holmes, R. L. (2003). *Basic Moral Philosophy*. Belmont, CA: Thomson Wadsworth.

Lockwood, A. (1997). *Character Education*. Thousand Oaks, CA.: Corwin Press, Inc.

Joseph, J. A. (2002). Public values in a divided world: A mandate for higher education. *Liberal Education*, 88, 6-15.

Marquardt, Michael y Kearsley, Greg. (1998). *Technology based learning*. NY: St. Lucie Press

Mercader, Víctor. (1999). *Crisis versus Desarrollo*. Caracas, Venezuela: Editorial Torvic.

Mercader, Víctor. (1998). *Gerencia de la Vida*. Caracas, Venezuela: Editorial Torvic.

Mercader, V. (2004). Influence of Ethical Values in life and at work. Presented at the Civic Education Research Conference, 2004, Reno, NV.

Peterson, C., & Seligman, M. (2004). *Character Strengths and Virtues*. Oxford University Press.

Schwahn, Charles y Spady, William. (1998). *Total leaders*.

Schwandt, David y Marquardt, Michael. (2000). *Organizational Learning*.

Snyder Karolyn, Acker-Hoever y Snyder Kristen. (2008). “*Living on the edge of chaos:*

Leading schools into the global age”. Milwaukee, Wisconsin: ASQ Quality Press.

Curso híbrido de sistemas de impresión: Aula virtual y presencial.

LDG. Diana G. Robinson Trápaga.
Campus Ensenada

Resumen.
El curso Sistemas de impresión en modalidad presencial se ha impartido en la Escuela de Diseño de CETYS Universidad desde el segundo semestre del 2002, este curso está dirigido a estudiantes del 5to semestre de la licenciatura en Diseño Gráfico. El objetivo del curso es que el alumno conozca los diferentes sistemas de impresión existentes, el proceso que se sigue para imprimir un diseño una vez que ha sido aprobado por el cliente y las características técnicas apropiadas que debe manejar en sus archivos digitales para llevar su diseño a imprimir exitosamente. Es una materia teórico-técnica fundamental para poder completar la fase constructiva del diseño y poder desarrollar trabajos que se producen en imprenta: empaques, libros, revistas, catálogos, carteles, etc....

Al finalizar el curso el alumno conoce las posibilidades que le ofrece el mercado regional, clientes y proveedores, comprende los requerimientos de impresión, los diferentes materiales y procesos, los requerimientos para desarrollar originales digitales para impresión, comprende la importancia de llevar una metodología a lo largo del proceso de producción.

La viabilidad de impartir un curso de diseño en línea

En la mayoría de las materias de diseño, se involucran trabajos de aplicación, los alumnos culminan sus proyectos con la presentación de prototipos en clase para ser comparados, discutidos y corregidos, para llegar a un diseño final óptimo, el diálogo y la crítica constructiva tienen gran peso en las correcciones de los proyectos, los comentarios que se hacen entre alumnos como las observaciones del docente, esto aleja en cierta me-

didada la posibilidad de impartir cursos a distancia en el área del diseño gráfico.

Por su naturaleza, en el curso de sistemas de impresión los alumnos no realizan un proyecto de diseño, desarrollan diversos ejercicios y actividades con el fin de comprender los diferentes conceptos y herramientas que les ofrecen los programas de diseño, esto me ha permitido traducir el curso de una modalidad 100% presencial, a un híbrido, en donde se buscó impartir 50% del contenido de la materia por Internet y el otro 50% emplearlo en visitas a empresas dedicadas a la impresión y a exposiciones de alumnos dentro del aula. CETYS Universidad utiliza la plataforma *Blackboard* (*tabla1*) como apoyo en sus materias presenciales, es considerada una herramienta útil para alumnos y docentes, donde se publica información para los estudiantes, tareas por realizar, avisos, actividades, etc... Utilicé dicha plataforma para administrar la información del curso.



Tabla 1 Plataforma Blackboard

Navegación del curso

Los documentos rectores y básicos para el éxito del curso fueron el documento **Comenzar aquí**, y el **Calendario**. En el primero se presentan los lineamien-

tos generales del curso, se explica a los alumnos cómo navegar dentro del sitio, los botones principales, y la información que se incluye en cada sección.

El curso Sistemas de impresión tiene 5 secciones principales: Documentos, Actividades, Foro, Entregas y Avisos en el documento **Comenzar aquí** se presenta claramente cómo se organiza la información.

se envía automáticamente también por correo a los alumnos.

Dentro de la sección **Comenzar aquí** se encuentra también como referencia el **Programa del Curso**, en el se exponen los objetivos del curso, resultados de aprendizaje, el contenido temático, la manera en que se evaluará el curso, y los recursos de apoyo.

Documentos	Contiene lecturas que el estudiante deberá realizar. Se encuentra organizado por unidades. Encontraran una carpeta por cada unidad.
Actividades	Contiene las actividades y ejercicios a realizar a lo largo del curso, al igual que la sección Documentos, esta organizado por unidades.
Foro	En esta sección se desarrollará el análisis de casos documentos, imágenes, retroalimentación sobre los materiales presentados por el profesor y los alumnos. El profesor presentará el tema a tratar.
Entrega	Todas las entregas se realizarán por correo electrónico a drobinson@ens.cetys.mx, en la sección Entregas, el profesor hará públicos los trabajos realizados por los alumnos en las exposiciones.
Avisos	En esta sección el docente publica información sobre anuncios importantes a lo largo del curso.

Tabla 2 Documento **Comenzar aquí**

Documentos y **Actividades**, están estrechamente relacionadas la una con la otra. En **Documentos** se publican las lecturas a realizar con la información pertinente para cada concepto, y en la sección de **Actividades**, están los ejercicios que el alumno debe desarrollar en torno al tema o concepto, de esta manera se refuerza la información. Los documentos del curso están organizados por conceptos, no se abordan temas completos, se desmenuza la información.

Foro se relaciona con las actividades, se presentan problemas a discutir relacionados con los temas vistos. La mayor parte del curso se sustenta en las actividades que se realizan en estas tres secciones. En el **Foro** el estudiante refuerza la información que conoce, pues analiza la problemática, y expone su punto de vista, esto motiva el pensamiento crítico.

Entregas sirve como almacenamiento de los trabajos que para exposiciones realizan los alumnos. Una vez que el trabajo es corregido por el docente, se publica la información quedando disponible para consulta todos los alumnos.

Avisos es una sección importante, los alumnos deben tener la costumbre de revisarlo constantemente pues se publica cualquier cambio que haya en el **Calendario del curso**. La información que se publica en **Avisos**

Organización del curso

La guía básica para trabajar ordenadamente y no perder el seguimiento de las actividades es el **Calendario del curso**, se publica dentro de la sección **Comenzar aquí**. Al ser la primera materia que se imparte en modalidad híbrida en la Escuela de Diseño, se dedicó una clase presencial al inicio del curso para explicar claramente a los alumnos este documento. Contiene 5 partes principales:

Unidad 1 3 semanas	Fecha de inicio	Lecturas	Actividades	Fechas de Entrega

Tabla 3 Secciones del **Calendario del Curso**

Unidad 1- 3 semanas En esta primera columna se presenta la duración de la actividad a realizar

Fecha de Inicio Corresponde al día en que el alumno empezará la actividad. En este curso, todas las actividades se desarrollaron semanalmente.

Lecturas Contiene el listado de documentos que el alumno deberá leer en este periodo. Todas las lecturas se encuentran en la sección **Documentos**.

Actividades Enlista los trabajos que debe realizar el alumno después de haber realizado las lecturas. Las actividades se encuentran en la sección con el mismo nombre.

Fecha de entrega indica la fecha límite en que el alumno debe enviar por correo electrónico al profesor las actividades terminadas

El Calendario contiene las fechas de la totalidad del curso, de tal manera que si el alumno se atrasa o desea adelantar material puede hacerlo guiándose por dicho documento. Para los alumnos resultó una herramienta muy valiosa conocer la totalidad del curso con fechas de inicio y las actividades, presentar la información de manera ordenada les permitió sentirse cómodos dentro del aula virtual.

Al trabajar por primera vez un curso por la vía digital la organización del tiempo resulta de lo más complicado para los estudiantes, pues existe la sensación de que no se debe entregar puntualmente el material por no asistir al aula de manera presencial, lo cuál es lejano a la realidad, pues aprenden que deben ser aún más organizados en cursos a distancia, y respetar fechas y horarios de entrega para no terminar con un cúmulo de trabajos atrasados.

del día, y cuando tienen dudas, esperan una respuesta inmediata por parte del docente, como si estuvieran dentro del aula presencial, la retroalimentación debe ser constante los alumnos deben recibir respuestas en un lapso corto.

La forma en que el docente se comunicará con los alumnos y el tiempo que se tardará en hacerlo debe quedar claramente estipulada desde un principio. En el documento **Comenzar aquí**, al inicio del curso, se explica en un apartado como será la asesoría y comunicación, En este curso el instructor se comunica con frecuencia con los participantes vía correo electrónico, contesta preguntas de lunes a viernes dentro de un periodo de 24 horas y los fines de semana o días de asueto dentro de un periodo de 48 horas. Si esto no es claro desde un principio, los alumnos tienden a frustrarse por no recibir una respuesta inmediata por parte del profesor.

El tiempo que debe dedicarle el estudiante al curso involucra 128 horas, de las cuales trabajan 64hrs en línea realizando lecturas y actividades, enviando archivos digitales al docente y utilizando el foro de discusión y 64hrs presenciales, destinadas a realizar visitas a empresas relacionadas con las artes gráficas y realizar

Unidad 1 3 semanas	Fecha de inicio	Lecturas	Actividades	Fechas límite de entrega
Primera semana	5 de agosto - presencial	Presentación de las diferentes secciones del curso en la plataforma Blackboard. Lectura del documento Comenzar Aquí Revisión del programa del Curso Revisión del calendario Tarea Lectura del documento <u>Metodología a seguir en el proceso del dummie al impreso final</u> que se encuentra en la liga de Documentos en el folder Unidad uno.	Tarea Ingresaal Foro de Discusión, agregar datos personales: nombre completo, matrícula, correo electrónico, teléfono y adjuntar una fotografía. Realizar un ensayo sobre la lectura <u>Metodología a seguir en el proceso del dummie al impreso final</u> y enviarmelo por correo. En el ensayo deben escribir su opinon, mencionar lo que consideran más importante.	8 de agosto

Tabla 4 Calendario del Curso

Horarios en la red 24/7

Una de las ventajas de la vía digital, es que tenemos la información a la mano los 7 días de la semana, las 24 horas del día, el horario es versátil, los alumnos pueden completar sus actividades en cualquier momento

exposiciones de temas que deben presentar en clase. Es necesario que los participantes dediquen tiempo de manera consistente para lograr completar el curso. Las visitas se llevan a cabo en la última unidad del cur-

so con el fin de que los alumnos conozcan todos los conceptos necesarios y logren comprender de la mejor manera la información. Las exposiciones son sobre los diferentes procesos de impresión, los alumnos exponen en equipo en clase, se presentan muestras físicas de los diferentes materiales y procesos.

Preparación de los Documentos y actividades para la implementación del curso híbrido

Preparar los documentos utilizados en el aula presencial para el curso en modalidad digital llevó un tiempo considerable. Al impartir un curso dentro de un aula los docentes tenemos la oportunidad de explicar varias veces el mismo concepto hasta que todos los alumnos lo comprenden, en el aula virtual no tenemos esa oportunidad, así que es necesario explicar y redactar la información de tal manera que sea clara, sencilla y comprensible.

La preparación de los documentos del curso es sumamente importante, de esto depende en gran parte el éxito del mismo. Es necesario:

- Crear documentos cortos.
- Detallar la información lo más posible.
- Utilizar imágenes impresas.
- Explicar conceptos, no temas extensos.
- Cada concepto debe estar acompañado de una actividad que refuerce lo aprendido.
- Ligar las actividades con los programas de diseño utilizados para producir originales digitales, es decir materiales listos para enviar a la imprenta.
- Reforzar el aprendizaje en el **Foro** de discusión.

Plantear problemáticas que requieran del conocimiento de los conceptos vistos en el aula virtual, para darle discutirlos analizarlos y darles solución.

Evaluación

Los alumnos realizaban las actividades semanalmente, teniendo como día último de entrega el viernes a las 12:00pm., después de esta hora se consideraba como entrega tardía y se evaluaba con menor puntaje. Todas las actividades realizadas dentro del aula virtual conforman el 60% de la calificación final del curso, el otro 40% se evalúa con las exposiciones de los alumnos y las visitas a imprentas y empresas dedicadas a las artes gráficas.

La puntualidad en la entrega de las actividades dentro de aula virtual es sumamente importan-

te, el alumno no debe atrasarse y empezar a presentar trabajos después de las fechas estipuladas, puesto que una vez que se atrasan es difícil que se pongan al día con la información, la lectura de los documentos tiene continuidad, si no comprenden el primer concepto, difícilmente comprenderán los siguientes, es por esto que las entregas atemporales se evalúan con un menor puntaje.

Se realizan dos exámenes a lo largo del curso, estos exámenes se presentan dentro del aula con la finalidad de que el alumno reconozca materiales físicamente, los identifique, analice y explique sus características. De esta manera se reconoce fácilmente la efectividad del aprendizaje dentro del aula virtual.

En el documento del **Programa del Curso** existe un apartado en el cual el alumno conoce la evaluación total del curso, Primer parcial, segundo parcial y entrega final.

Enseñando diseño por la vía digital

Dentro de la Escuela de Diseño Gráfico de CETYS, universidad la retroalimentación, discusión y análisis de los proyectos que presentan los alumnos forma parte fundamental de la enseñanza del diseño, la metodología que se lleva a cabo para llegar a un diseño exitoso es primeramente la investigación del problema a resolver, conocer toda la información necesaria para identificar entonces la necesidad real del cliente, esta información es desmenuzada, analizada, jerarquizada y posteriormente se empieza con la fase de genera-



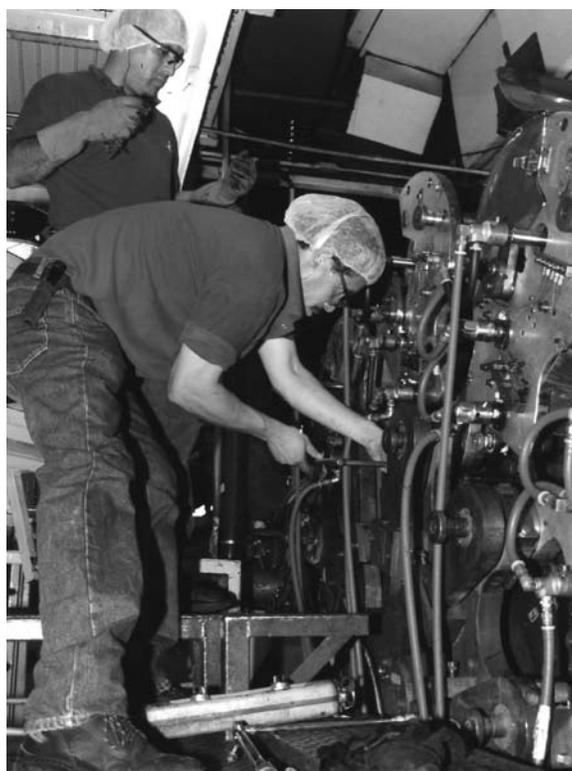
ción de ideas y bocetaje, trazos que van conformando un todo, hasta el desarrollo de prototipos o *dummies* que se acercan en su totalidad a lo que será el producto terminado ya impreso. Es entonces cuando empieza la fase de producción y todas las consideraciones técnicas para llevar el diseño final a la realidad. las materias de diseño van acompañadas del proceso creativo, de la observación de ejemplos y el análisis y discusión constantes de proyectos, impartir un curso de diseño vía Internet resulta complicado, es por esto que hay materias que no podrían adaptarse a este medio, sin embargo las materias teóricas y técnicas como Sistemas de Impresión funcionan bien.

Hoy es posible vivir en una ciudad pequeña, y enviar por vía digital los archivos necesarios para llevar a cabo la producción de miles de materiales, folletos, libros, etc. No es necesario estar físicamente en la imprenta para entregar el material que se va a imprimir, es posible enviar todo vía Internet, sin embargo se requiere de una alta calidad técnica para obtener un buen resultado.

El valor agregado del curso

El curso de Sistemas de Impresión refuerza esta cadena de trabajo virtual, pues los alumnos aprenden a desarrollar los archivos digitales de manera apropiada para enviarlos al docente, quien los revisa y aprueba, si traducimos esto al flujo de trabajo en un proyecto real, el diseñador prepara sus archivos digitales, los envía a pre prensa (antes de la imprenta) para ser revisado y producir

las placas de impresión, que serán utilizadas para imprimir el tiraje total de miles de ejemplares. En el curso de Sistemas de Impresión, se presentan documentos lecturas y videos que el alumno debe conocer y como parte de las actividades desarrolla archivos digitales para ser transferidos vía internet con las características necesarias para ser enviados al impresor, lo cuál se traduce en una práctica constante. Esta práctica no puede llevarse a



cabo en el aula presencial, en ese caso se da el tema de manera teórica, se realizan ejemplos, pero no se tiene la experiencia de transferencia de archivos digitales listos para ser impresos, los llamados originales digitales.

Este proceso digital requiere de medios de verificación que aseguran que el trabajo se transfiera de manera óptima, a lo largo del curso el alumno se encuentra con la pro-

blemática de enviar los archivos al docente, y en un principio descubre todos los posibles errores que pueden presentarse, es así como comprende en su totalidad la necesidad de trabajar siguiendo una metodología en la fase de producción para evitar errores de impresión.

Encuestas del Sistema de Evaluación

Al finalizar el curso, los alumnos fueron invitados a responder la encuesta del Sistema de Evaluación de la universidad, en este caso se aplicó una encuesta especial para cursos en modalidad híbrida. Los alumnos coincidieron en que el aprendizaje fue efectivo, coincidieron también en que la carga de trabajo fue pesada y que la comunicación con el docente debería de ser inmediata, esto es comprensible, debido a que tienen que esperar por lo menos 24hrs. para recibir respuesta por parte del docente, si lo compramos con un curso presencial la respuesta del profesor en el salón de clases es ipsofacto, sin embargo las evaluaciones fueron positivas y la cantidad de material vista en clase mayor a la que se abarca en ala presencial. Los alumnos coincidieron en que les gustaría tomar mas materias en modalidad híbrida.

LIBROS Globalización y Liderazgo.

El reto de las MYPIMES.

*Enrique Pérez Santana
Campus Tijuana*

En el siglo XXI, en la comunidad internacional la globalización se ha convertido en el tema principal de debate. Presenciamos la participación de diversos actores internacionales que expresan sus opiniones y pretenden incidir en las tendencias de un modelo interdependiente de desarrollo, que se manifiesta en la movilidad mundial de mercancías, capitales, personas e información. En el debate los participantes- procedentes de los ámbitos público, empresarial, de organizaciones sociales y religiosas, de instituciones educativas y medios de comunicación- encuentran que todo cambia vertiginosamente, y que los espacios para el diálogo y el acuerdo están rompiendo con los formatos tradicionales.

La globalización tiene su esencia en el ámbito económico pero en su desarrollo ha transformado prácticamente todas las esferas de competencia humana, y ha generado una especie de conexión mundial auspiciada en buena medida por los medios de comunicación, que se hace ostensible lo mismo en las comunidades virtuales de la internet, que en las iniciativas de organizaciones no gubernamentales que rebasan las fronteras.

El fenómeno de la globalización cuenta con grupos de defensores que están convencidos de que la expansión del capitalismo global conducirá al progreso de la humanidad, al incorporar a los países más atrasados en la dinámica modernizadora por la que transitan los países desarrollados. En contraste sus detractores, los globalifóbicos, aprovechan las reuniones de organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional o la Organización Mundial de Comercio para protestar por las decisiones tomadas en estos foros, ya que consideran que sólo tienden a ampliar la brecha entre países pobres y ricos. Al respecto, la crítica más

severa es que la economía se está globalizando a favor del libre tránsito de mercancías y capitales pero que sus beneficios se extienden sólo a una pequeña parte de la población mundial.

En efecto, en el marco de la globalización se ha acentuado la brecha económica entre los países desarrollados y los países en desarrollo y, al interior de éstos últimos, las desigualdades entre las diferentes clases sociales también se profundizan. El aparente progreso de la humanidad impulsado por el desarrollo tecnológico no ha logrado erradicar males terribles como: la pobreza, el deterioro medioambiental, el desempleo, el crimen organizado, el racismo o la desigualdad de género.

Más allá de estas posturas es importante reconocer que la globalización, como proceso histórico, es un fenómeno irreversible, pero no necesariamente tiene que mantener y/o agudizar las desigualdades en el mundo. No es posible dar marcha atrás respecto a la interdependencia mundial, pero sí es posible replantear nuevos modelos de desarrollo y de cooperación internacional, que tiendan hacia una mayor equidad, en donde el eje central sea la reivindicación de una mejor calidad de vida para los habitantes del planeta a través de un desarrollo humano sustentable.

En el caso de México, el modelo de desarrollo adoptado en las últimas décadas, que también ha definido la inserción de nuestro país en la economía internacional, ha tenido como resultado bajas tasas de crecimiento económico, aumento de la pobreza y la desigualdad, y una pérdida paulatina de competitividad internacional. De acuerdo al último reporte del Foro Económico Mundial, en el 2008 México se posicionó en el lugar 67 de 134 naciones después de haber ocupado el lugar

31 en el año 2000. En esta pérdida de competitividad destaca el rezago de nuestro país en aspectos como: desarrollo tecnológico, investigación y desarrollo, educación, infraestructura, aumento de la inseguridad, deterioro de las instituciones públicas, corrupción y burocracia, escasez de financiamiento, complejidad e inequidad del sistema tributario y crecimiento incontrolable del crimen organizado.

En el sector productivo las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES), que constituyen la mayoría de las empresas de nuestro país, son las que más han resentido los efectos adversos de nuestra pérdida de competitividad y, por lo tanto, las que más necesitan de planteamientos creativos para participar de manera eficaz en la economía global.

Bajo esta perspectiva, el Colegio de Administración y Negocios del Sistema CETYS Universidad presenta, en su primer trabajo editorial, tres ensayos cuyo hilo conductor es el reto de las MIPYMES fren-

te a la globalización. Los trabajos que aquí se exponen transitan por los temas de mundialización, desarrollo sustentable, liderazgo y microfinanciamiento, se desarrollan de acuerdo con los particulares objetivos de cada propuesta, para finalmente converger y destacar la urgencia de generar trabajos dentro de una línea de investigación que pretende, en principio, la ampliación del conocimiento de la problemática que tienen las MIPYMES en nuestra región, para luego proponer alternativas de solución a dichos problemas.

En el primer trabajo, elaborado por el Maestro Enrique Pérez Santana, se desarrollan los conceptos de globalización, mundialización y desarrollo sustentable como marco de referencia para introducir un análisis regional de las MIPYMES y del papel que juegan en el liderazgo económico. En el primer punto se elabora una discusión teórica acerca de estos conceptos, y de los problemas que enfrenta la ciudad de Tijuana ante el desorden urbano ocasionado por una deficiente pla-

neación y desapego a la conservación de los recursos.

En la segunda parte se analizan datos sobre las empresas que existen en Tijuana, enfatizando por un lado, la industria maquiladora y por otro las empresas consideradas no maquiladoras, destacando las MIPYMES por su número de establecimientos, sector y empleos generados. Del análisis se desprende una caracterización inicial de las empresas en nuestra ciudad, lo que da pie a la propuesta central del trabajo: En la frontera norte y particularmente en Tijuana, el proceso y la transición hacia la internacionalización y globalización han sido menos complicadas que en el resto del país, debido a la experiencia histórica en la relación de interdependencia binacional que caracteriza esta región. Los resultados de dicho proceso (asimetrías, dualismo, empobrecimiento) sugieren la generación de una línea de investigación particularmente dirigida al estudio de la MIPYMES y su peso específico en el desarrollo de Tijuana.

El segundo ensayo, escrito por la Dra. Patricia Valdes Flores, señala que las MIPYMES mexicanas deben responder a los niveles de competitividad que demanda el mundo actual, ante la inminente necesidad de profesionalizar su ejecución administrativa y lograr su institucionalización para incursionar en las esferas de la globalización.

Dentro de los innumerables retos que enfrentan las MIPYMES se señala que el liderazgo es, tal vez, el de mayor envergadura, dado el importante rol que tienen los dirigentes de visualizar, identificar, emprender y lograr el éxito de las



mismas, orientando a sus subordinados a responder satisfactoriamente a la constante de competitividad a la que se enfrentan sus organizaciones.

Aún cuando casi todas las aportaciones relacionadas con el liderazgo se circunscriben a una relación jefe-subordinado o guía-seguidor; la esencia de tan importante tarea no radica en la jerarquía. Un cargo importante dentro de la organización no lleva implícito el ejercicio genuino del liderazgo, se puede ostentar un puesto de alto nivel y no ejercer un auténtico liderazgo. Es por ello que se afirma que como toda persona humana, el líder está dotado de cualidades que le permitirán conocerse a sí mismo y a los demás para desarrollar el potencial que perfile a la organización hacia su exitoso desempeño, requisito fundamental para formar parte de las filas del ambiente global.

Un líder inspira confianza, manifiesta un alto grado de compromiso con el objetivo a lograr, transmite seguridad a sus seguidores fortaleciendo el trabajo en equipo y la satisfacción de las personas que lo conforman, elimina obstáculos e identifica áreas de oportunidad, investiga, crea, innova; *representa un ejemplo a seguir*.

El liderazgo, como acto voluntario en el que se involucran de manera importante el guía y el seguidor, ejerce un fuerte impacto en las emociones de las personas, mismas que tienen repercusión directa en otros procesos como la motivación, la toma de decisiones, el trabajo individual o colectivo y por consecuencia en la productividad.

En el trabajo se puntualiza la inminencia con la que las MIPYMES de la región deben prestar especial atención al ejercicio de un auténtico liderazgo para responder a las nuevas tendencias gerenciales. Se exponen los estilos de liderazgo tradicionalmente ejercidos, enfatizando el rompimiento del tradicionalismo y el ejercicio de nuevos modelos, entre los que figura uno poco explorado y explotado, el coaching, que en contraste con el liderazgo tradicional, se centra en el hecho de que son las personas su razón de ser y no los objetivos a lograr, surgiendo así, el coaching ontológico.

Finalmente, en el tercer trabajo elaborado por las Maestra Celsa Guadalupe Sánchez Vélez, se aborda el tema del microfinanciamiento como un esquema que ha revolucionado los sistemas financieros tradicionales en las últimas tres décadas, al hacer accesible el crédito y otros servicios financieros a los micronegocios, y en general a la población de menores ingresos.

De acuerdo a la Maestra Sánchez, en México las microempresas han proliferado como una alternativa de subsistencia en un país que lleva décadas con bajas tasas de crecimiento económico, y que por lo tanto no ha logrado crear los empleos que demanda la población. La mayoría de las microempresas tienen un carácter informal, y no cuentan con los requisitos ni las garantías solicitados por los intermediarios convencionales. Con frecuencia este tipo de negocios tienen la necesidad de recurrir a los préstamos familiares, al agiotismo o las casas de empeño para obtener recursos que les generan altas tasas de interés y menoscabo en su raquítico patrimonio. Son pocos los casos de microempresas que logran acceder a créditos baratos provenientes de algún programa gubernamental.

Frente a este escenario, en México se está generando una expansión de Instituciones Microfinancieras (IMF) como una alternativa para satisfacer las necesidades no sólo de las microempresas, sino en ge-



neral de la población más pobre y marginada, ofreciendo servicios de microcréditos pero también, y de manera cada vez más amplia, otros servicios financieros como ahorro, envío de remesas y seguros. El éxito de las Instituciones Microfinanciera sustentables y en muchos casos con altas tasas de rentabilidad en nuestro país, está provocando que intermediarios financieros tradicionales, como la banca comercial, vean una atractiva oportunidad de inversión en este sector, lo que despierta una gran preocupación de que se privilegie la visión mercantil y se pierda paulatinamente el papel social de las microfinanzas. Así, el objetivo del tercer ensayo es contribuir al conocimiento y difusión sobre las tendencias del microfinanciamiento en la economía mundial, y de manera particular en la economía mexicana.

En la primera parte se analiza la evolución del sistema financiero internacional en los últimos años, y la reciente inserción de las mi-

crofinanzas en este sistema en el contexto de la actual crisis financiera global. Se presentan también los antecedentes y el análisis de los paradigmas por los que ha atravesado el microfinanciamiento, como respuesta a las presiones de la globalización y a los modelos de aplicación adoptados en diferentes países.

En una segunda parte se exponen la evolución y características actuales del sector microfinanciero en México y se presenta el caso de Banco Compartamos- institución líder en las microfinanzas de nuestro país-, que recientemente ingresó a la Bolsa Mexicana de Valores como empresa emisora de acciones. En esta transición, Compartamos enfrenta el riesgo de enfocarse solo en el beneficio económico de su negocio, debido a la necesidad de ofrecer atractivos rendimientos a los inversionistas bursátiles.

En la última parte del trabajo se reflexiona en torno a las diferentes

iniciativas internacionales que pretenden transparentar las actividades de las Instituciones de Microfinanciamiento y enmarcarlas en un contexto de responsabilidad social empresarial. Así mismo, se plantean algunas líneas de acción fundamentales para nuestro país con el propósito de hacer del microfinanciamiento un negocio en el que sean compatibles la rentabilidad y la función social.

Esperamos que este primer esfuerzo editorial del Colegio de Administración y Negocios provoque la discusión, análisis y reflexión entre estudiantes, maestros, empresarios y general a los interesados en estos temas; de este modo seguramente estaremos mucho más cercanos de quien toma decisiones de inversión, de creación de empleos, de quienes enfrentan el reto de la competitividad, en suma, de todos aquellos que buscan, que buscamos, que nuestra sociedad sea mejor día con día.



30 Aniversario ARQUETIPOS

Un aliento editorial que se consolida

María Elena Gutiérrez Campos
Campus Tijuana

La Revista *Arquetipos* se ha consolidado como un ícono en Baja California, albergando durante 30 años el quehacer cultural, educativo, filosófico, histórico y literario de pensadores locales, nacionales e internacionales, un hecho tan trascendente mereció quedar inscrito en la memoria de CETYS Universidad a través de una emotiva ceremonia de aniversario, el día 8 de septiembre de 2009, en el campus Tijuana. El magno evento reunió a importantes personalidades de la institución, además de colaboradores externos que han entregado años de pasión y tinta de sus plumas al espacio que esta revista les ha sabido brindar en la comunidad.

A las 6:30 p.m. inició la celebración, presidiendo la ceremonia el Ing. Enrique C. Blancas de la Cruz, Rector del Sistema CETYS Universidad; el Dr. Marco Antonio Carrillo Maza, Vicerrector Académico del Sistema CETYS Universidad; la Dra. Adriana Mendioléa Martínez, Directora General del campus Tijuana; el Lic. Enrique Carmona Yglesias, Coordinador del Comité del Centro de Información del IENAC; y el Profr. Patricio Bayardo, Director de la Revista *Arquetipos*.

Los asistentes escucharon atentos el testimonio de quienes desde el inicio, o en los últimos años, han hecho a este proyecto editorial parte de sus vidas y que han luchado por llevarlo a toda la comunidad bajacaliforniana. Uno de sus precursores, el Profr. Patricio Bayardo, hizo una relatoría de las diferentes etapas por las que ha atravesado la Revista, desde su creación en 1979 surgiendo como *Entorno*, su cambio a *Arquetipo* en 1983 y finalmente, su pluralización, a convertirse en lo que es hasta el día de hoy: *Arquetipos*.

En palabras de Bayardo, *Arquetipos* es un logro de CETYS, un esfuerzo de tres rectores: Alfonso Marín

Jiménez, Enrique Carrillo Barrios Gómez y Enrique Blancas de la Cruz, un apoyo institucional a la difusión del pensamiento, de la investigación y un medio de comunicación que ha generado un acercamiento entre instituciones. Asimismo refrendó su permanencia fidedigna y veraz como un reflejo de valores, hallazgos y un foro abierto universitario.

Los aplausos de los amigos, los colegas, la familia, no se hicieron esperar combinado con el reconocimiento y los abrazos de felicitación para el hombre que ha sabido defender y consolidar este proyecto.

Fue el turno, del Rector del Sistema CETYS Universidad, para tomar la palabra y expresar que *Arquetipos* no tiene paragón en el estado por ser la revista cultural más antigua en Baja California, un espacio para plumas internacionales, para escritores, investigadores; y una revista universitaria, que ha sido el espejo del quehacer intelectual de esta casa de estudio.

Al finalizar este mensaje, todos los presentes expresaron con sus palmas, la admiración y el respeto que han nacido en ellos por la entrega y el compromiso de todos los que contribuyen al desarrollo y publicación de la Revista *Arquetipos*, que cumplió 30 años y se le auguran más.

Que frase tan sabia la del escritor español Camilo José Cela: “La más noble función de un escritor es dar testimonio, como acta notarial y como fiel cronista, del tiempo que le ha tocado vivir”, la cual sin lugar a dudas aplica a la meritoria labor que han desempeñado los escritores de *Arquetipos*, revista que a lo largo de su vida ha moldeado su contenido a las necesidades críticas de la sociedad pero siempre permaneciendo fiel a su misión.

Se otorgó un reconocimiento a escritores fundadores: Jesús Cabrera Tapia (qepd), Miguel Guzmán Pérez, a los fotógrafos Rubén Juárez (portada *Entorno* 1), Alberto Gómez Barbosa (portada *Arquetipos* 1), Jesús Cueva Pelayo, Jefe de Redacción en 13 años, Rafael Rodríguez Ríos, director editorial de *Arquetipos*, así como al Ing. Enrique Blancas de la Cruz.

