

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Estudios Socioculturales

Proyecto de Aplicación Profesional (PAP)

Programa de Construcción de Opinión Pública e Incidencia en los Medios

ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura



**ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara**

6A01A

Investigación y producción de piezas sobre comunicación y cultura

Comunicación y Cultura en la Era del Antropoceno

Comunicación, Política y Acción Colectiva

Narrativas y Discursos Publicitarios

PRESENTAN

Arte y Creación

Mauricio Carvajal Osorno

Ciencias de la Comunicación

César Eduardo González Velázquez

Denilson Alejandro Ugalde Monreal

Comunicación y Artes Audiovisuales

Ilse Mariana Briones Hernández

Ana Paula Cadena Arias

Maricarmen Fernanda González Abundis

Diego Govea Fernández

María Daniela Magallanes Villa

Cynthia Elizabeth Martínez Morales

Luis Pablo Martínez Toriello

Héctor Rodríguez Soto

Isidro Serratos Muñoz

Francisco Tobón Vázquez

Diseño

Nuria Márquez Zabalza

Ximena Añorve Domínguez

Periodismo y Comunicación Pública

Santiago Orozco Parra

Psicología

Isaías Hernández Alarcón

Juan Pablo Díaz Camelo

Relaciones Internacionales

Eugenia Taina Osorno Liz

Profesores: Verónica Nieva Rivera, Hernán Muñoz Acosta y María Isabel Quinn Cervantes

Julio de 2025

ÍNDICE

REPORTE PAP	4
<i>Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional</i>	<i>4</i>
<i>Resumen.....</i>	<i>4</i>
1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional	5
1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto.....	6
1.2 Caracterización de la Organización	7
1.3 Identificación de la(s) problemática(s)	7
Programas de Investigación	9
<i>Comunicación Política y Acción colectiva</i>	<i>9</i>
Introducción.....	11
Justificación	12
Marco teórico	13
Metodología	16
Procesamiento de datos y preparación para el análisis	18
Resultados	25
Coyunturas	30
Nube de palabras.....	33
Discusión y conclusiones.....	35
Anexos	39
<i>Narrativas y Discursos Publicitarios</i>	<i>41</i>
Introducción.....	41
Metodología de investigación	41
Dimensiones del fanzine	43
Historización del Fanzine.....	47
Fanzines identificados.....	50
Entrevistas	65
<i>La moda contestataria en GDL (Escena Local)</i>	<i>69</i>
<i>Espred</i>	<i>72</i>
Conclusiones	77
<i>Comunicación y Cultura en la Era del Antropoceno.....</i>	<i>80</i>

<i>Estrategia de comunicación pública sobre el cómic mexicano y las representaciones narrativas del Antropoceno</i>	80
Introducción.....	80
Marco teórico	81
Los 4 Antropocénicos	82
CÓMICS ZMG: Aproximación a la comunidad mediante la web	111
Programa, Categorización y Diseño	112
Conclusiones	119
Coordinaciones.....	121
<i>Coordinación de información</i>	121
Introducción.....	121
Actividades.....	121
Guiones.....	127
Edición y ajustes de RPAP	128
Conclusiones	128
<i>Coordinación de producción</i>	129
Diagnóstico	129
Justificación	130
Productos audiovisuales	133
<i>Coordinación de Diseño</i>	143
Introducción.....	143
Repartición de tareas.....	143
Flujo de trabajo.....	144
Diseño de portadas de contenido para las elecciones	144
Videos y Stories para el re-posteo de contenidos:.....	145
Portadas para contenido en Redes Sociales:	146
Nuevas propuestas de Stickers.....	151
<i>Coordinación de Comunidades</i>	152
Redes sociales	152
<i>Reflexiones personales y profesionales</i>	199

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional representan la culminación del compromiso académico y social de la formación universitaria al constituirse como experiencias donde el alumnado enfrenta desafíos reales y propone soluciones innovadoras a necesidades sociotécnicas del entorno mediante una vinculación estrecha con diversos grupos y comunidades. Esta modalidad curricular logra amalgamar de manera integral el sentido del servicio social con la demostración técnica de los saberes adquiridos permitiendo que el estudiante valide su capacidad profesional en escenarios de alta exigencia mientras contribuye al bienestar colectivo a través de la aplicación del conocimiento en problemas vigentes y socialmente relevantes.

El proceso se desarrolla mediante una estructura colaborativa y en red que asocia a estudiantes con profesores y beneficiarios externos para incursionar en un mundo social dinámico donde la transferencia de experiencias se traduce en la capacidad de innovar y transformar diversos campos de la realidad. Bajo esta perspectiva el modelo busca sembrar una disposición ética permanente que impulse al futuro profesional a encargarse de la realidad con una actitud crítica frente a las asimetrías sociales entendiendo que el mayor reto de su carrera es aprender a transformar positivamente su contexto inmediato.

En cuanto a su sistematización académica la labor se consolida en un reporte integral que se divide en tres ejes fundamentales que le dan sentido a la intervención realizada. El primer eje documenta el ciclo participativo del proyecto detallando las fases de desarrollo y el impacto generado en el entorno mientras que el segundo eje se encarga de organizar y presentar los productos técnicos o científicos desarrollados durante la estancia. Finalmente, la estructura se completa con un ejercicio de reflexión crítica y ética que permite al estudiante reconocer sus propias competencias y los aprendizajes profesionales que emergieron durante el transcurso de su labor garantizando así una formación que es tan técnica como profundamente humana.

Resumen

ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura se consolida durante el periodo de Primavera 2026 como una plataforma estratégica dedicada a la generación y difusión de información

especializada en diversas temáticas socioculturales de relevancia contemporánea. A través de la producción constante de piezas de comunicación en formatos multimedia, el proyecto utiliza las redes sociales como canales fundamentales para democratizar el conocimiento y fomentar la reflexión crítica en la esfera pública. Más allá de la labor informativa el observatorio interviene activamente en comunidades diversas con el propósito firme de impulsar la construcción de una ciudadanía participativa y consciente de su entorno mediático.

En el presente informe se integran los reportes de investigación derivados de tres programas fundamentales que estructuran el trabajo del observatorio los cuales son Comunicación y Cultura en la Era del Antropoceno, Comunicación, Política y Acción Colectiva y de Narrativas y Discursos Publicitarios. Cada uno de estos ejes representa un esfuerzo multidisciplinario por comprender las dinámicas actuales desde distintas aristas de la comunicación pública y la cultura. Asimismo, el documento detalla la estructura operativa mediante la cual se implementó una estrategia de comunicación integral diseñada para proyectar los hallazgos y las reflexiones surgidas de la producción de conocimiento en cada uno de estos programas asegurando que la incidencia del proyecto alcance un impacto social y académico significativo.

1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional

El Proyecto de Aplicación Profesional se constituye como una experiencia integral de aprendizaje y contribución social en la que convergen estudiantes, profesores, actores sociales y responsables de organizaciones para construir conocimiento de manera colaborativa con el fin de dar respuestas a problemáticas situadas en contextos específicos y tiempos delimitados. Esta dinámica de formación supone un proceso estructurado bajo una lógica de proyecto que demanda un estilo de trabajo participativo y recíproco entre todos los involucrados asegurando que la intervención tenga un sentido de corresponsabilidad y horizontalidad. El modelo operativo del PAP contempla fases simultáneas de investigación fundamentadas en una metodología de observación crítica junto con la producción de piezas comunicativas orientadas a la formación de audiencias capaces de analizar su entorno de manera reflexiva.

Dentro de esta estructura se articulan ejes de trabajo fundamentales que guían el desempeño del alumnado comenzando por la vertiente de observación e investigación en la cual el estudiante se integra a uno de los programas del observatorio para desarrollar tareas de recopilación de datos, análisis y visualización en estrecha colaboración con investigadores especializados bajo criterios metodológicos rigurosos. De forma complementaria el eje de comunicación y producción impulsa a los equipos a explorar formatos creativos y diversos para que el conocimiento generado en ETIUS trascienda el ámbito académico y logre una difusión amplia y estratégica hacia públicos específicos fomentando así un diálogo constante entre la producción de saber y la sociedad.

1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto

ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura se posiciona como un proyecto estratégico fundamental del Departamento de Estudios Socioculturales cuya influencia institucional se ha consolidado desde el año 2017, aunque su trayectoria histórica tiene sus orígenes en el año 2006 bajo la denominación de Quid Observatorio de Medios. Durante estas dos décadas de labor continua, el observatorio ha servido como un punto de encuentro esencial para la reflexión y la investigación académica, logrando convocar de manera exitosa a profesores de tiempo fijo, docentes de asignatura y estudiantes de múltiples niveles formativos en un esfuerzo conjunto por comprender los fenómenos comunicativos contemporáneos.

La estructura de ETIUS se sostiene sobre los pilares estratégicos de la investigación y la formación integral, bajo la convicción de que resulta de vital importancia que los estudiantes cuenten con las herramientas metodológicas para realizar de forma sistemática y constante un análisis crítico de su entorno comunicativo, cultural y artístico. Este enfoque pedagógico se manifiesta con claridad en la experiencia del observatorio dentro de espacios curriculares clave, tales como el Proyecto de Aplicación Profesional y los cursos transversales de observatorio integrados en todas las licenciaturas, asegurando que la mirada crítica y el rigor investigativo sean componentes inseparables de la identidad profesional de sus egresados.

1.2 Caracterización de la Organización

ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura se erige como un espacio fundamental para la generación de investigación académica de alta calidad, caracterizada por su naturaleza colaborativa y su profunda pertinencia social dentro de los complejos ámbitos de la comunicación y la cultura contemporánea. Con una trayectoria institucional que se remonta al año 2006, este proyecto ha evolucionado a través de diversas modalidades y versiones de Proyectos de Aplicación Profesional, consolidándose como un referente de vinculación universitaria donde la teoría y la práctica convergen para transformar el entorno.

A lo largo de estas dos décadas de labor ininterrumpida, el observatorio ha sido un punto de encuentro para más de 400 estudiantes provenientes de una amplia gama de programas educativos, incluyendo Ciencias de la Educación, Psicología, Filosofía, Ciencias de la Comunicación, Diseño, Mercadotecnia, Periodismo y Comunicación Pública, así como Comunicación y Artes Audiovisuales, entre otros. Esta riqueza multidisciplinaria permite que los fenómenos sociales sean analizados desde múltiples perspectivas, enriqueciendo tanto el proceso de formación de los alumnos como los resultados de las investigaciones realizadas.

Para el ciclo de Primavera 2026, el objetivo central se ha enfocado en la colaboración estratégica con los tres programas de investigación que vertebran la identidad del observatorio: Comunicación y Cultura en la Era del Antropoceno, Comunicación, Política y Acción Colectiva y Narrativas y Discursos Publicitarios. Esta sinergia se manifiesta de manera dual, abarcando tanto el rigor metodológico en la realización de la investigación como la creatividad técnica en la producción comunicativa, garantizando así que el conocimiento generado no solo sea de excelencia académica, sino que también logre una difusión efectiva que impacte positivamente en la sociedad.

1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura se orienta de manera primordial a la satisfacción de las necesidades de conocimiento e información sobre las dinámicas mediáticas y comunicativas en su estrecha articulación con los procesos políticos y socioculturales

contemporáneos buscando que a través de estrategias de comunicación y educación se favorezca la construcción de una ciudadanía informada crítica y comprometida con los temas de interés público y la participación social efectiva. Este proyecto surge de la imperante necesidad de diseñar y ejecutar acciones de comunicación e incidencia que den visibilidad al trabajo de investigación y formación generado en el observatorio centrando sus esfuerzos en la participación activa de los estudiantes dentro de los programas de investigación así como en la planeación diseño e implementación de estrategias de comunicación pública que permitan que el saber producido llegue con claridad a diversas audiencias y públicos garantizando que el impacto de la labor académica tenga una resonancia real en la sociedad civil.

Programas de Investigación

Comunicación Política y Acción colectiva

Narrativas en disputa: análisis de contenido de la cobertura mediática sobre la elección judicial en México (2024–2025)

Contextualización de la reforma judicial y el proceso electoral

En febrero de 2024, el Poder Ejecutivo federal presentó una propuesta de reforma constitucional al Poder Judicial, con la intención de modificar aspectos sustanciales de su estructura y funcionamiento. Entre los puntos más relevantes y controversiales se encuentra la iniciativa de que ministros, magistrados y jueces sean elegidos mediante voto popular, así como la implementación de mecanismos adicionales de rendición de cuentas. Esta propuesta se inserta en un contexto más amplio de discusión sobre la legitimidad, eficiencia y autonomía de las instituciones judiciales en México.

El argumento central a favor de la reforma radica en democratizar el acceso a la justicia, disminuir la corrupción y aumentar la legitimidad del Poder Judicial ante la ciudadanía. Sin embargo, diversos sectores de la academia, organizaciones civiles y actores políticos han señalado riesgos importantes en términos de autonomía judicial, separación de poderes y concentración del poder.

La reforma fue aprobada y publicada la reforma constitucional al Poder Judicial impulsada por el Poder Ejecutivo en septiembre de 2024. Esto introdujo cambios estructurales de gran alcance, entre los que destaca la elección por voto popular de ministros de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, magistrados y jueces, así como la reconfiguración del número de integrantes del máximo tribunal y la implementación de nuevos mecanismos de fiscalización y duración de los cargos judiciales.

El primer proceso electoral bajo este nuevo esquema se llevó a cabo el 1 de junio de 2025, marcando un precedente en la historia judicial y electoral de México. En esta jornada se

eligieron más de 2,600 cargos, incluyendo nueve ministros de la Suprema Corte. La participación ciudadana fue baja, y el proceso estuvo acompañado de debates públicos sobre los posibles riesgos de politización, así como sobre la legitimidad y autonomía de los futuros integrantes del Poder Judicial.

Ejercicio de observación del 1 de Julio

Desde el enfoque de la construcción mediática del poder, resulta relevante analizar cómo los medios representaron el proceso electoral judicial de 2025, tanto en su dimensión institucional como en la cobertura de actores políticos e instituciones involucradas. En contextos de transformación institucional profunda, como el que implicó la reciente reforma al Poder Judicial, los medios no solo cumplen una función informativa, sino que también configuran marcos de interpretación que pueden reforzar o cuestionar la legitimidad de los cambios en curso. A través de sus decisiones editoriales, narrativas y enfoques, los medios participan activamente en la producción simbólica del poder, construyendo percepciones públicas sobre el propio sistema de justicia en México.

En coherencia con estos principios, el Observatorio de Comunicación y Cultura ETIUS, cuyo propósito es contribuir a la formación de audiencias críticas con herramientas para identificar que los hechos mediáticos y culturales no son fenómenos aislados, sino que responden a estructuras políticas y sociales específicas, se decidió que el programa de investigación de Comunicación Política y Acción Colectiva tuviera como objeto de estudio la cobertura mediática de este proceso.

Considerando la relevancia pública de este evento histórico, se llevó a cabo una observación intensiva el domingo 1 de junio, día en que se celebraron las elecciones. Esta decisión responde al interés del observatorio por generar conocimiento situado y socialmente útil, que permita abrir espacios de reflexión sobre el papel de los medios en la construcción de lo público.

Los miembros del observatorio respondieron a tareas de observación de diversos medios de comunicación; prensa escrita, programas de televisión, programas de radio, redes sociales entre otros.

Introducción

En los últimos años, México ha vivido una reconfiguración inédita en la relación entre sus poderes constitucionales, particularmente entre el Ejecutivo y el Judicial. Durante 2023, la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) desempeñó un papel protagónico al invalidar varias reformas impulsadas por el presidente Andrés Manuel López Obrador y aprobadas por el Congreso, lo que derivó en un choque institucional sin precedentes. Ante lo que consideraba una injerencia judicial en el ámbito legislativo, el Ejecutivo respondió con una ambiciosa propuesta de reforma al Poder Judicial, cuyo eje central era transformar la forma de selección de sus integrantes.

Esta reforma, que planteaba la elección popular de jueces, magistrados y ministros, fue finalmente aprobada en septiembre de 2024 tras la obtención de una mayoría legislativa por parte del oficialismo. El 1 de junio de 2025 se llevaron a cabo, por primera vez en la historia del país, elecciones judiciales a nivel nacional. Aunque este proceso fue promovido como un paso hacia la democratización y transparencia del sistema judicial, estuvo rodeado de críticas teniendo en cuenta que solo participó el 12.57 % y el 13.32 % de la Lista Nominal (INE,2025), el desconocimiento generalizado sobre los candidatos y las dudas sobre el impacto real en la independencia judicial.

Un aspecto importante para revisar es que, previo a las elecciones, el tema ocupó un lugar central en los medios tradicionales y sociodigitales, generando un debate amplio y polarizado sobre el futuro de la justicia en el país. Sin embargo, durante y después de las elecciones, la discusión pública pareció diluirse. Desde la distancia, el ruido mediático que en su momento dominó la conversación se fue apagando, dejando un vacío informativo en torno a las consecuencias reales de este proceso histórico.

Este momento marca un punto de inflexión para la justicia mexicana, cuya legitimidad, eficacia y autonomía serán puestas a prueba en los próximos años.

Justificación

Este trabajo propone analizar la cobertura mediática de las elecciones al poder judicial con el objetivo de entender qué información reproducen los medios, cómo se encuadra el tema y qué enfoques predominan, ya sea centrándose en los desafíos técnicos, jurídicos y democráticos que una elección de esta magnitud presenta o con un enfoque predominantemente narrativo e informativo que se limita a transmitir declaraciones sin mostrar una postura política. La distinción resulta clave para identificar el rol que cumplen los medios.

La perspectiva de quienes apoyan la iniciativa destaca las deficiencias del poder judicial, la urgencia de una reforma y la importancia de la participación de los ciudadanos al elegir a quienes dictarán sentencias. Por otro lado, la narrativa opositora expresa que la reforma pone en riesgo el principio propuesto por Montesquieu de la división de poderes y la autonomía de estos: *“Todo estaría perdido si el mismo hombre o el mismo cuerpo de principales, o de nobles, o del pueblo, ejerciera estos tres poderes: el de hacer las leyes, el de ejecutar las resoluciones públicas, y el de juzgar los crímenes o las disputas de los particulares”*. (Montesquieu, 1748/2015, p. 354)

El tema expone el papel de los medios de comunicación en la configuración del discurso público, así como la orientación del debate. Martín Serrano (1986) señala que la comunicación pública no solo refleja lo que ocurre en la sociedad, sino que también organiza y produce significados sociales que orientan la acción colectiva. La materia prima de esta comunicación es el relato, es decir, una interpretación de la realidad que puede reforzar o transformar el orden social. Esto significa que la manera en que los medios encuadran un tema no es neutra: al decidir qué contar, cómo contarlo y con qué énfasis, inciden directamente en la construcción del sentido común y en la orientación del debate público.

Marco teórico

La investigadora en Ciencias Sociales y activista mexicana Rossana Reguillo acuñó el concepto de espacio público expandido para referirse a los modos en que la globalización ha extendido el ámbito del espacio público a una escala mundial. Según Reguillo, este fenómeno ha generado un perímetro donde se comparten y difunden representaciones culturales y sociales clave, que orientan la forma en que las personas entienden el mundo. Estas representaciones nodales son conceptos, imágenes o narrativas que funcionan como puntos de referencia simbólicos, influyendo tanto en la percepción de la realidad como en la construcción de identidades. En palabras de la autora: “la esfera globalizada del espacio público, que coloca a escala planetaria un conjunto de representaciones nodales orientadoras” (Reguillo, 2002, p. 21).

En el marco de un contexto atravesado por el neoliberalismo y el neoconservadurismo, en el que este binomio tiende a intensificar la disputa por el espacio interpretativo, se vuelve urgente distinguir entre el fatalismo absoluto y el pesimismo real como un ejercicio cotidiano. Esta distinción resulta clave porque en ella se juega la posibilidad y contingencia para generar alternativas desde la imaginación política ante un escenario, que, pese a permitir la emergencia de prácticas colectivas esperanzadoras como muestras de resistencia, aún no logran acumular el poder suficiente para revertir los efectos del sistema sociopolítico actual (Reguillo, 2008).

La disputa por el espacio interpretativo es también la disputa por la voluntad política y no sucede en un terreno neutro ni definitivo, sino que es un campo de negociación y tensión latente. Este espacio interpretativo está marcado por distintas dinámicas de resistencia, discursos alternativos y fuerzas que impugnan al discurso dominante, por lo que su control requiere de esfuerzos continuos por parte de los poderes, que combinan entre estrategias de seducción y mecanismos de imposición para sostener su influencia (Reguillo, 2008).

En *Profecías que vienen del Norte*, Reguillo (2008) menciona cómo el pensamiento metropolitano, en tanto categoría de prestigio, permite identificar cómo la globalización, a pesar de su discurso optimista, agudiza las desigualdades entre los centros que emiten discursos y los circuitos que los difunden, afectando directamente en los temas que se visibilizan, la forma en

que son presentados y los efectos de “poder-hacer-ver” en el espacio público expandido. Además, el lugar de enunciación de estos discursos sigue siendo clave para legitimar las narrativas dominantes de nuestra actualidad. Estas instituciones no sólo instalan temas, sino que logran estabilizar y desestabilizar agendas que ordenan el debate público y dan sentido a la actualidad, aunque no sin disputas.

Identificar este fenómeno sin caer en el fatalismo absoluto exige preguntarse qué posibilidades tiene el pensamiento crítico para intervenir en las representaciones-discusiones, imaginarios-prácticas y hacer visibles sus narrativas de contestación. Desde el contexto latinoamericano, el pensamiento crítico enfrenta marcadas tensiones, especialmente en el recrudecimiento de las desigualdades que dificultan su acceso a espacios donde la injerencia pueda ser concreta y sostenida (Reguillo, 2008).

La teoría de la comunicación pública de Martín Serrano (1986) sostiene que los medios no solo informan sobre lo que ocurre en la sociedad, sino que producen significados sociales que orientan la acción colectiva a través del relato, entendido como una interpretación estructurada de la realidad. Esta función organizadora del discurso encuentra eco y ampliación en el concepto de *espacio público expandido* propuesto por Reguillo (2002; 2008), quien advierte que, en un contexto globalizado, los medios actúan como dispositivos que instalan representaciones nodales capaces de configurar imaginarios y disputar sentidos. Así, mientras Serrano destaca cómo el relato mediático refuerza o transforma el orden social, Reguillo profundiza en cómo estas narrativas se posicionan en un campo de disputa simbólica que trasciende lo nacional y se inscribe en dinámicas transnacionales de poder.

La forma en que los medios encuadran los acontecimientos no es entonces neutral, sino una intervención activa en la construcción del sentido común, en la configuración de agendas y en la disputa por el espacio interpretativo que define qué es visible, qué es debatible y qué permanece fuera del campo de lo pensable.

La comunicación política en un estado de naturaleza

En el marco de los estudios socioculturales de la comunicación política, se vuelve imprescindible superar la mirada reduccionista que fragmenta sus dimensiones y, en cambio, asumir su carácter complejo como una práctica históricamente situada, ejercida por humanos desde hace miles de años. Tradicionalmente, los análisis se han centrado en distinguir entre la dimensión pragmática y la simbólica, como si estas pudieran dissociarse sin consecuencias. No obstante, toda práctica comunicativa tiene siempre un doble filo: ejecuta acciones (pragmática) al tiempo que genera sentido (simbólica). Esta comprensión dual no sólo permite una lectura más precisa de los fenómenos políticos, sino que también invita a repensar la comunicación política como un objeto ontológico, es decir, como una forma de existencia colectiva.

En este sentido, la comunicación política no debe pensarse únicamente como el intercambio de mensajes entre actores del poder o como estrategias de persuasión electoral, sino como prácticas humanas que estructuran lo político. Esto incluye la producción y distribución de conocimiento, así como la organización de acciones colectivas. Desde esta perspectiva, se vuelve necesario observar cómo estas prácticas están encarnadas en contextos históricos, culturales y tecnológicos concretos, y cómo en cada momento generan y transforman los sentidos de lo político.

El ejercicio especulativo del Estado de Naturaleza, utilizado aquí como herramienta metodológica, permite tomar distancia de los marcos institucionales modernos para observar la raíz antropológica de la comunicación política. Lejos de ser una invención reciente, se trata de una práctica milenaria que acompañó a los sapiens en la construcción de vida social desde sus formas más rudimentarias. Incluso en escenarios originarios, como el reparto de carne tras una cacería, se observa ya una forma de comunicación política: una negociación, un acuerdo, una legitimación simbólica de las decisiones colectivas.

Estas formas originarias no han desaparecido; resuenan aún en la contemporaneidad a través de rituales, normas y dispositivos que organizan el debate público. De ahí que pensar la comunicación política sea también un ejercicio de vigilancia epistemológica: cuestionar las formas en que nombramos lo político, cómo lo representamos, cómo lo habitamos. Al reconocer su bidimensionalidad, se abre la posibilidad de construir una ontología crítica de la comunicación

política que no se conforme con analizar mensajes, sino que indague en las prácticas que constituyen el poder, el consenso y la acción colectiva.

Así, este capítulo no sólo define un modelo de comunicación política como una práctica con sentido histórico y social, sino que también propone una vía para comprender cómo se ha desarrollado desde el estado de naturaleza hasta nuestros días. En tiempos marcados por la hiperconectividad y la expansión de los espacios públicos digitales, esta mirada compleja y situada resulta clave para comprender cómo se construye hoy el orden simbólico del poder.

Pregunta de investigación

¿Cuál es la narrativa en torno a las elecciones judiciales de 2025 que construyen los medios de comunicación?

Metodología

Este estudio es de tipo cuantitativo-cualitativo, con enfoque descriptivo y analítico, basado en el análisis de contenido propuesto por Wimmer y Dominick (2001), enfocado en el tratamiento narrativo de las elecciones del poder judicial en medios de comunicación.

La unidad de análisis estará compuesta por las notas, reportajes y coberturas periodísticas publicadas por los medios seleccionados durante los días establecidos en la muestra. Se considerarán aquellas piezas informativas que hagan referencia directa al proceso electoral del poder judicial, incluyendo contenidos relacionados con la campaña, la jornada electoral y el periodo posterior a los resultados. Esta delimitación temporal permitirá observar cómo varía la cobertura mediática en función del momento del proceso electoral.

Muestra (de días y de medios)

La selección de medios de comunicación utilizados para este análisis fue realizada con base en un *scraping* previo, en el cual se identificaron aquellos medios que hubieran publicado al

menos 15 notas relacionadas con el ejercicio electoral del poder judicial, específicamente en el marco de la reforma a este poder.

Este criterio permitió asegurar que los medios seleccionados ofrecieran una cobertura sostenida y relevante sobre el tema, más allá de menciones aisladas. Los medios que cumplieron con este umbral representan un amplio espectro de cobertura informativa, tanto en formato digital y prensa escrita, lo que permite un análisis más amplio y representativo de las narrativas que circularon en el espacio mediático durante el proceso electoral.

Muestra temporal: Semana compuesta

Para evitar sesgos de publicación ligados a rutinas informativas específicas de cada día, se optó por la técnica de la semana compuesta, que consiste en seleccionar siete días no consecutivos, uno por cada día de la semana, distribuidos dentro del periodo de observación electoral. Las fechas seleccionadas fueron:

- 10 de abril de 2025- jueves
- 15 de abril de 2025- martes
- 21 de abril de 2025- lunes
- 26 de abril de 2025- sábado
- 04 mayo de 2025- domingo
- 14 de mayo de 2025- miércoles
- 23 de mayo de 2025- viernes

Se empleó un análisis de contenido temático y narrativo, que permitió identificar los enfoques predominantes, encuadres y discursos empleados por los medios en torno al proceso electoral.

- Actores/cargos mencionados (candidatos, partidos, instituciones, ciudadanos)
- Valoración de la reforma judicial
- Valoración de la elección o proceso electoral

- Narrativas dominantes (legitimidad, corrupción, transparencia, participación ciudadana, etc.)

Una vez reunidas las notas de los medios mencionados de las fechas correspondientes de la semana compuesta, fueron organizadas por medio, fecha de publicación y titular. Esta clasificación facilitó un análisis comparativo entre medios y momentos, con el objetivo de identificar patrones narrativos, temas dominantes y diferencias en el enfoque informativo. La interpretación se realizó considerando el contexto político y mediático en el que se produce la cobertura, con el fin de reflexionar sobre el papel de los medios en la construcción de sentido durante eventos institucionales como las elecciones del poder judicial.

Procesamiento de datos y preparación para el análisis

El contenido que se presenta a continuación constituye un ejercicio de profundización en el estudio realizado, pensado como un antecedente metodológico que permite trazar rutas para el análisis crítico del contenido mediático. A partir del corpus reunido —derivado de la muestra compuesta y del *scraping* automatizado por medio y fechas— se procedió a una fase de descarga, refinamiento, análisis, codificación y visualización de datos. Este proceso no solo permitió sistematizar las unidades informativas recolectadas, sino también generar estructuras analíticas capaces de revelar patrones narrativos, marcos discursivos y líneas de interpretación relevantes. La ruta metodológica adoptada busca articular la sistematización técnica de los datos con una mirada crítica sobre las construcciones mediáticas, posibilitando así un abordaje integral que favorezca la interpretación de los resultados desde un enfoque mixto y contextualizado.

Para responder a la pregunta ¿Cuál es la narrativa en torno a las elecciones judiciales de 2025 que construyen los medios de comunicación?, se diseñó un proceso metodológico orientado a la recopilación y análisis de notas informativas publicadas durante el periodo del 31 de marzo al 12 de junio de 2025. Esta labor se enmarca en las actividades del Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO y del equipo de trabajo de ETIUS y SIGNA Lab, espacios que ha apostado por la incorporación de herramientas digitales para optimizar el monitoreo mediático.

El procedimiento consistió en una combinación de métodos automatizados y limpieza manual de datos. En primer lugar, se definieron términos clave para acotar la búsqueda de noticias relacionadas con el tema: “Elección judicial”, “Elecciones judiciales 2025”, “INE”, “Poder Judicial” y “Jueces y magistrados”. A partir de estos términos, se programó un script en Python que realizara búsquedas segmentadas por tramos de tres días, con el fin de maximizar los resultados que Google permite visualizar (hasta 300 por búsqueda); la descarga arrojó un total de 12,606 notas que correspondían al periodo del 01 de mayo al 05 de junio.

Cada resultado fue extraído con información como título, balazo, medio, fecha, URL y una etiqueta adicional que indicaba la fecha de descarga. Sin embargo, la columna correspondiente a la fecha presentaba una particularidad: muchas notas no incluían una fecha exacta, sino un conteo regresivo respecto al día de consulta. Expresiones como “hace 1 día” o “hace 7 días” representaban un reto menor al transformarlas al formato anglosajón, pero en casos como “hace 4 semanas” o “hace 1 mes”, surgieron dudas sobre la precisión de las fechas. Al revisar con mayor detalle e intentar estandarizar esta información, se identificó una muestra con un alto grado de imprecisiones. La única referencia temporal clara era el 5 de junio de 2025, día en que se realizó la descarga masiva de datos, desde el cual se contabilizaban los días hacia atrás. Esto limitó la certeza sobre la fecha exacta de publicación de muchas notas, lo cual afectó parcialmente la precisión temporal del corpus reunido.

En principio, nos pareció que con Open Refine (herramienta para el procesamiento de datos), podíamos resolver estas inconsistencias, por ello, decidimos aplicar una faceta de texto para agrupar los valores de días relativos y reemplazarlos manualmente por fechas en formato dd/mm/aa. No obstante, este procedimiento presentó un margen de error de uno o dos días debido a la naturaleza estimativa de la referencia temporal.

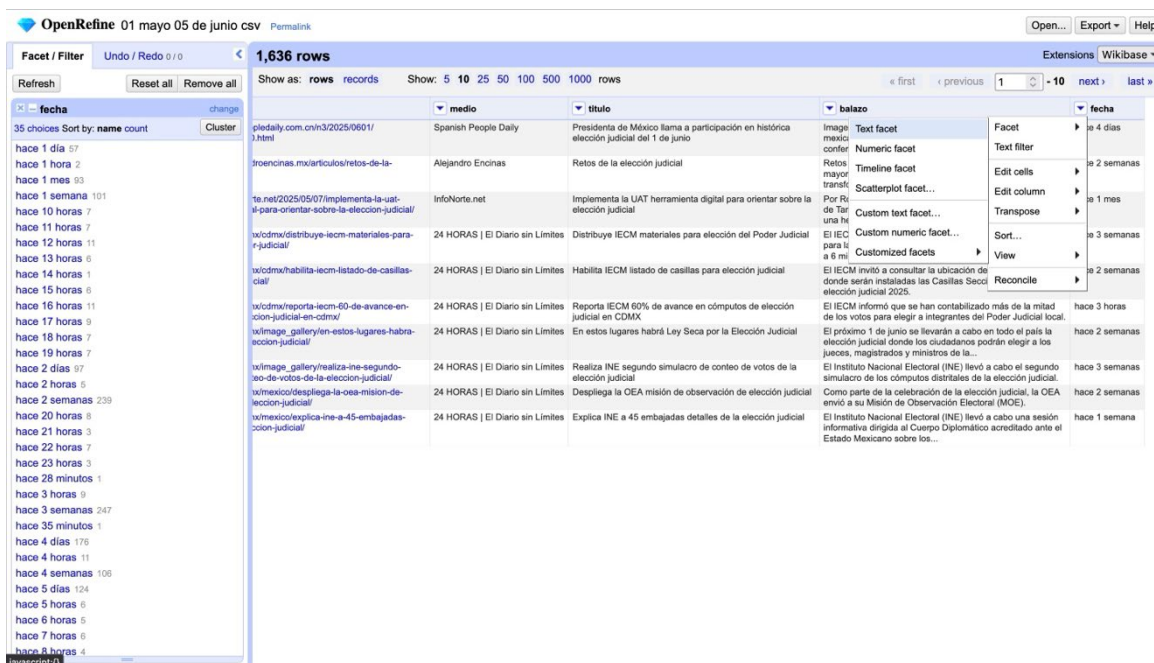


Figura 1. Interfaz de OpenRefine con faceta de texto aplicada a la columna fecha.

En paralelo, hicimos consultas a la herramienta de inteligencia artificial Phind con el objetivo de automatizar la transformación de estas expresiones relativas. Hubo una serie de consultas que originaron distintas versiones de código, por ejemplo:

- `filter(split(value," "), w, w.startsWith("#")).join(" ")`
- `value.substring(0,value.indexOf("/")+17) + "@" + value.substring(value.indexOf("/")+17)`

Sin embargo, pese a los distintos ajustes en los prompts y a los intentos por refinar la extracción de las fechas correctas desde las URLs, los resultados que obtuvimos no lograron solucionar de forma definitiva el reemplazo automatizado. Este ejercicio nos reveló las limitaciones actuales de herramientas de inteligencia artificial como Phind para operar con fechas relativas dentro de estructuras HTML dinámicas.

Tras estos hallazgos optamos por solicitar nuevamente el apoyo del equipo de Signa_Lab y en específico de Héctor Piña para resolver las imprecisiones en los datos. Mientras se resolvía esta situación y en relación con las decisiones metodológicas que se tomaron, editamos la columna medio con el objetivo de encontrar grupos de diferentes valores de celdas que podrían

representar la misma información, por ejemplo, Milenio y MILENIO en donde se infiere la referencia al mismo medio, una vez actualizados los datos, fue posible descartar los medios con una concentración menor a quince notas, además eliminamos los contenidos correspondientes a YouTube y boletines informativos de instituciones gubernamentales o partidos políticos.

Cluster and edit column "medio"

Find groups of different cell values that might be other representations of the same thing. For example, "New York" and "new york" likely refer to the same concept and just differ by capitalization, and "Gödel" and "Godel" probably refer to the same person. [Find out more...](#)

Method: Key collision Keying function: Fingerprint Manage clustering functions

☐ Auto-update 3 clusters found

Merge?	Values in cluster	New cell value	Cluster size	Row count
☐	☐ meganoticias (30 rows) ☐ Meganoticias	meganoticias	2	31
☐	☐ Astrolabio - Diario Digital (10 rows) ☐ Astrolabio – Diario Digital (2 rows)	Astrolabio - Diario Digital	2	12
☐	☐ Milenio (521 rows) ☐ MILENIO (40 rows)	Milenio	2	561

Rows in cluster: 10 — 570

Average length of choices: 7 — 27

Select all Deselect all Export clusters Merge selected & re-cluster Merge selected & Close Close

Figura 2. agrupación de valores en la columna “medio” mediante la función de clustering en OpenRefine.

Para resolver inconsistencias en las fechas —por ejemplo, cuando solo se indicaba “publicado hace 7 días”— se desarrolló un segundo script en Python que convirtió esos datos relativos en fechas exactas. Posteriormente, otro código permitió ingresar a cada URL para extraer el subtítulo y el cuerpo completo de las notas, información que se incorporó al *dataset* original.

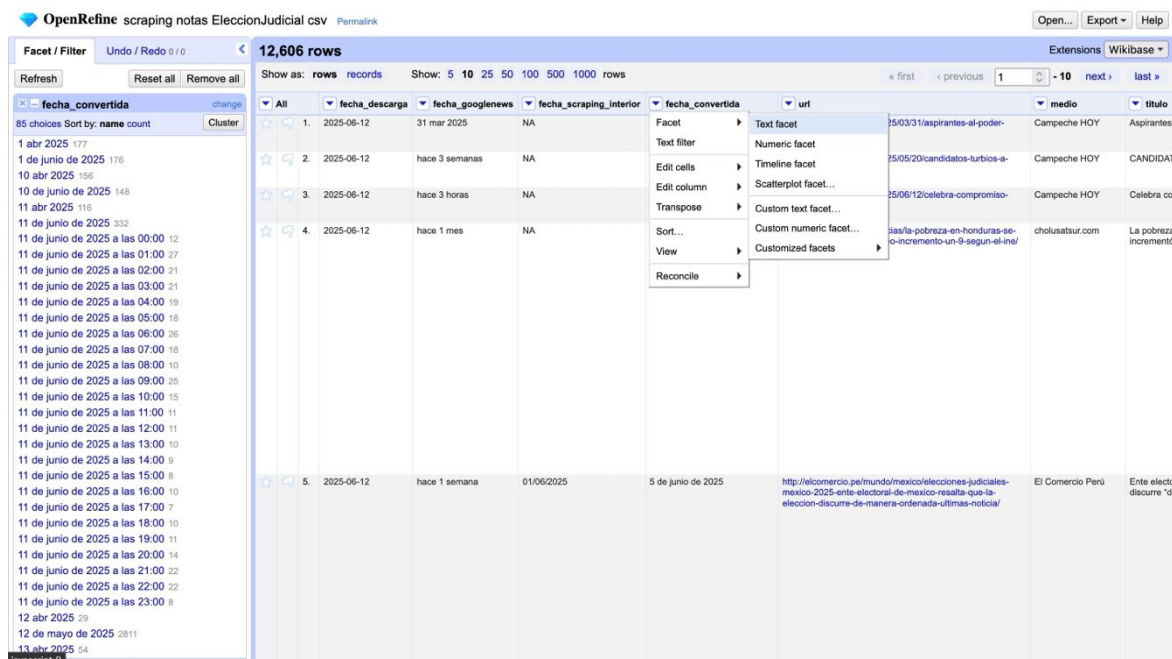


Figura 3. Vista general del procesamiento de “fechas_convertidas” en OpneRefine en la que se aparecían los distintos formatos de fecha

Una vez concluida la fase de recopilación, los datos fueron procesados en Open Refine para su limpieza y transformación. En este punto, se detectaron dos desafíos adicionales: la falta de datos en la columna “fecha_publicación” y errores en el formato de fecha al convertir al estándar anglosajón, por lo que fue necesario aplicar una faceta de texto en las fechas para después ordenarlas de manera manual estandarizando al formato dd/mm/aa ahora sí con las fechas exactas y no con el conteo en regresivo ni con imprecisiones en la fecha de publicación. Sin embargo, hubo un total de 335 N/A que correspondían a los casos en los que la fecha no se pudo extraer en la descarga y por lo tanto obtuvimos el dato de forma manual y en el caso de no estar accesible, se desarrolló un método para facilitar la búsqueda que ya se encuentra en los anexos.

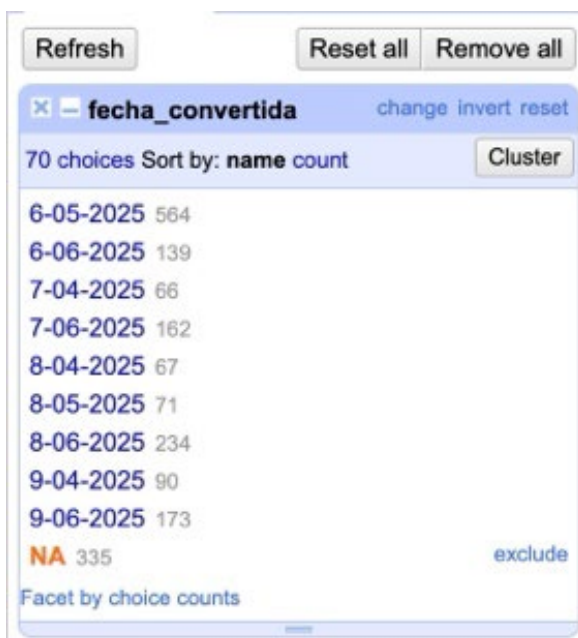


Figura 4. Vista general con los datos a los cuales no fue posible extraer la fecha desde la descarga y tuvieron que ser obtenidos de forma manual.

Es importante mencionar que desde Open Refine existe la posibilidad de editar las celdas para transformar el formato de texto a fecha como *timestamp* en hexadecimal (Unix Time), si bien ese formato nos permite procesar, ordenar o comparar fechas numéricamente sin depender del formato textual, está sujeto a convertir la fecha en un *timestamp* (número de segundos desde el 1 de enero de 1970 incluso expresados en notación hexadecimal). Aunque este tipo de representación permite ordenar o comparar fechas numéricamente sin depender del texto visible, su aplicación en este caso resultó poco práctica. Dado que el proyecto implicó trabajar con archivos en distintos formatos como .csv y .xlsx, la convivencia de múltiples sistemas de representación temporal provocó nuevas inconsistencias. Por ello, se optó por mantener las fechas como texto y, en caso de requerirlo, realizar la conversión directamente en Excel, desde donde es posible aplicar un formato de fecha claro, homogéneo y fácilmente verificable.

A pesar de las ventajas técnicas del *timestamp*, mantener las fechas en formato textual fue una decisión metodológica deliberada, considerando el trabajo manual previo y la necesidad de garantizar coherencia en el procesamiento de los datos. Esta decisión también permitió preservar la trazabilidad del corpus y establecer condiciones claras para el análisis crítico de contenido.

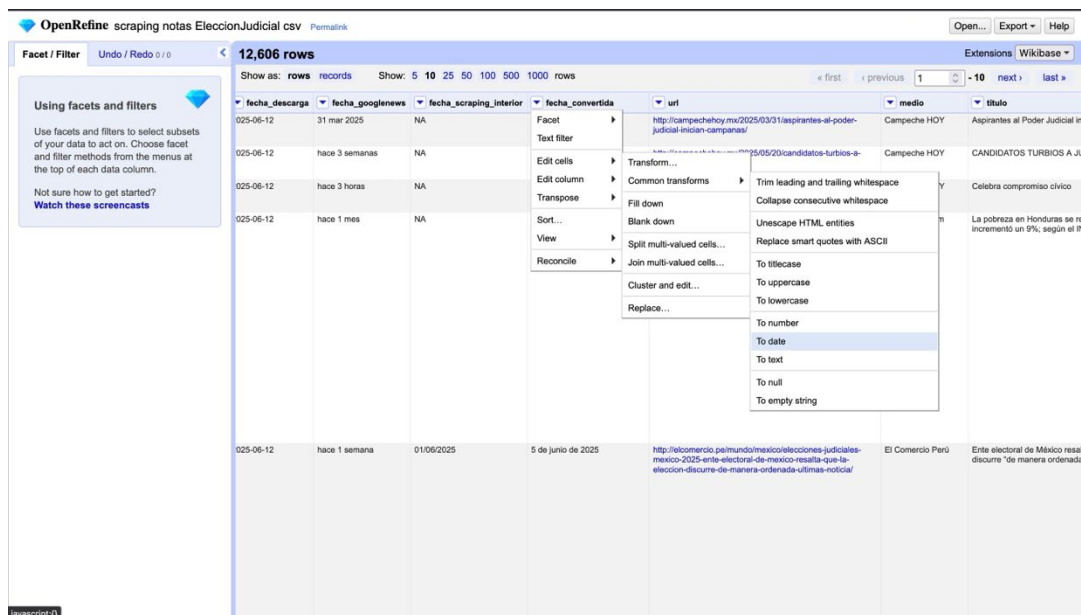


Figura 5. Interfaz de OpenRefine durante el proceso de transformación de celdas con formato de texto a fecha exacta.

El resultado fue un conjunto de datos compuesto por 9,496 registros y 11 variables clave: “fecha_descarga”, “fecha_googlenews”, “fecha_scraping_interior”, “fecha_convertida”, “url”, “medio”, “título”, “subtítulo”, “balazo” y “cuerpo”. Este corpus constituye la base para el análisis de contenido y la identificación de las narrativas mediáticas sobre las elecciones judiciales de 2025.

Al final, editamos las fechas que cambiaron en el formato dd/mm/aa entre los distintos archivos que compartimos con el equipo de Signa_Lab, incluimos los datos que procesamos manualmente y aplicamos una faceta de texto en donde seleccionamos los días correspondientes a la semana compuesta y descargamos en formato .xlsx para trabajar en la codificación de las notas. El resultado de la muestra con respecto a nuestras decisiones metodológicas nos arrojó un total de 266 notas sobre la elección judicial correspondientes a los días seleccionados para la semana compuesta, a continuación, presentamos los resultados que obtuvimos de la codificación de los datos.

OpenRefine scraping notas EleccionJudicial refinado_fecha_convertida

97 matching rows (9,508 total)

Facet / Filter: Undo / Redo 81 / 82

Extensions Wikibase

Refresh Reset all Remove all

37 choices Sort by: name count Cluster

11-06-25 487
11-06-25- 6
12-04-25 24
12-05-25 2060
13-04-25 48
14-04-25 79
15-04-25 67
15-05-25 429
16-04-25 150
17-04-25 88
2-04-25 78

Show as: rows records Show: 5 10 25 50 100 500 1000 rows

	fecha_descarga	fecha_googlenews	fecha_scraping_interior	fecha_convertida	url	medio	titulo
21.	2025-06-12	15 abr 2025	NA	15-04-25	http://www.ine.gob.cl/sala-de-prensa/prensa/general/noticia/2025/04/15/nacimientos-y-matrimonios-disminuyeron-interanualmente-en-enero-de-2025	Instituto Nacional de Estadísticas	Nacimientos y matrimonios enero de 2025
69.	2025-06-12	15 abr 2025	NA	15-04-25	https://24-horas.mx/cdmx/gobierno-cdmx-promovera-eleccion-judicial-brugada/	24 HORAS El Diario sin Límites	Gobierno CDMX promoverá

Figura 6. Interfaz de OpenRefine durante el proceso de transformación de celdas con formato de texto a fecha exacta.

Resultados

A partir de la base de datos obtenida, sus contenidos fueron sistematizados y posteriormente visualizados en los siguientes gráficos para identificar de manera clara las tendencias de mención de actores clave, tales como personas, candidatxs, instituciones y los medios que reportaron una mayor cobertura en el proceso de la elección.

Medios que más publicaron

En la siguiente gráfica se muestran los medios de comunicación que generaron el mayor número de notas informativas en torno al proceso electoral previo a las elecciones judiciales. Es importante señalar que los registros considerados en este análisis fueron seleccionados conforme al criterio de “tema de la semana compuesta”, lo cual permitió identificar coberturas relevantes dentro de un periodo representativo.

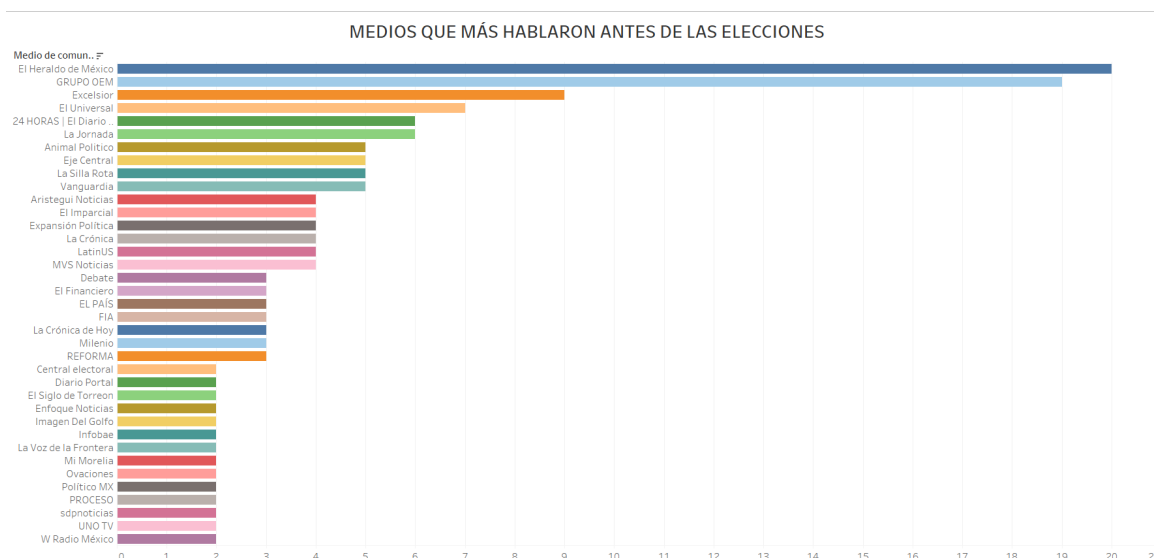


Figura 7. Gráfico de los medios que más hablaron antes de las elecciones

Destacan tres medios en particular por su alta producción de contenidos: *El Heraldo de México*, *Grupo OEM* y *Excelsior*. Un análisis preliminar permitió observar que el volumen elevado de notas atribuidas a Grupo OEM se explica, en parte, por la red de medios regionales que lo conforman, comúnmente identificados como “Soles” en distintos estados del país (por ejemplo, *El Sol de Puebla*, *El Sol de Toluca*, entre otros). Estas cabeceras reproducen o adaptan contenidos generados por la matriz nacional, lo que multiplica la aparición de ciertas narrativas en diversos contextos locales.

Debido a esta estructura en red, fue necesario realizar una revisión manual para identificar y contabilizar de forma precisa cuántas publicaciones provenían efectivamente de medios afiliados a Grupo OEM. Este ejercicio permitió confirmar que dicho grupo ocupó el segundo lugar en términos de volumen informativo durante el periodo de campañas.

Una dinámica similar se identificó con *El Heraldo de México*, aunque en menor escala. Si bien este medio también cuenta con presencia en algunas regiones a través de filiales o convenios de distribución, su estructura de replicación de contenidos es menos extendida que la del Grupo OEM, lo que podría explicar su tercer lugar en esta clasificación.

Este fenómeno puede ser comprendido a partir de los planteamientos de Juan Larrosa Fuentes, quien ha señalado que los medios de comunicación, especialmente en contextos

electorales, no solo cumplen una función informativa, sino que operan como actores políticos con capacidad para incidir en la construcción de la realidad pública. Según el autor, “los medios definen qué aspectos de lo político deben ser considerados relevantes y, a través de su cobertura, otorgan visibilidad o invisibilidad a ciertos actores, propuestas o conflictos” (Larrosa Fuentes, 2018, p. 42).

En ese sentido, la alta concentración de contenidos por parte de conglomerados como Grupo OEM puede interpretarse no solo como una ventaja logística, sino como un mecanismo estratégico para reforzar determinadas narrativas y enfoques editoriales a nivel nacional y local. Esto se vincula con lo que Larrosa Fuentes denomina “centralización del discurso político-mediático”, un proceso en el cual la repetición de marcos interpretativos desde medios asociados refuerza una visión homogénea de los acontecimientos, disminuyendo la pluralidad informativa y favoreciendo agendas específicas (Larrosa Fuentes, 2020, p. 67).

Desde la teoría del *agenda-setting* y el *framing*, también se puede entender que esta concentración mediática contribuye a fijar temas prioritarios en la opinión pública y a enmarcarlos desde ciertas perspectivas ideológicas. La posibilidad de replicar contenidos en medios regionales, como ocurre en el caso de Grupo OEM, incrementa de forma significativa su influencia política al funcionar como “una red de resonancia” —en palabras de Larrosa Fuentes— capaz de amplificar mensajes, reforzar posiciones dominantes y condicionar el debate público (2018, p. 45).

En conclusión, la presencia destacada de estos tres medios no solo refleja una cuestión de cantidad informativa, sino también una lógica estructural que favorece la circulación y reproducción de discursos desde centros de poder editorial hacia distintas regiones del país, con implicaciones directas para la calidad del debate democrático.

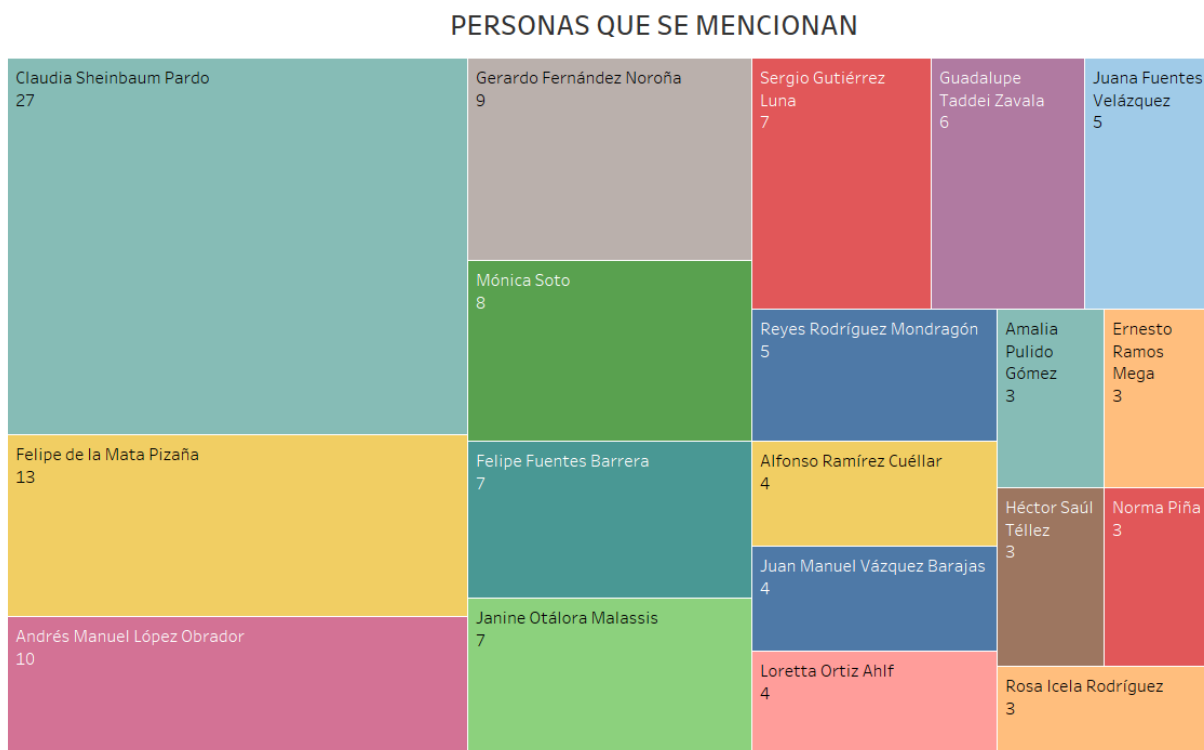


Figura 8. Gráfico de las personas más mencionadas en la codificación de las notas de la semana compuesta

Los datos muestran que las figuras con mayor presencia mediática en torno a la elección judicial fueron:

Gerardo Fernández Noroña y **Sergio Gutiérrez Luna**, vinculados a impugnaciones por falta de idoneidad en candidaturas; así como magistrados del TEPJF como **Felipe de la Mata**, **Mónica Soto** y **Felipe Fuentes Barrera**, cuyas posturas marcaron el rumbo jurídico del proceso. También figuran en la lista **Claudia Sheinbaum** y **Andrés Manuel López Obrador**, cuyas intervenciones están directamente relacionadas con la reforma judicial y con la controversia por los fideicomisos del Poder Judicial.

CANDIDATXS QUE MÁS SE MENCIONARON

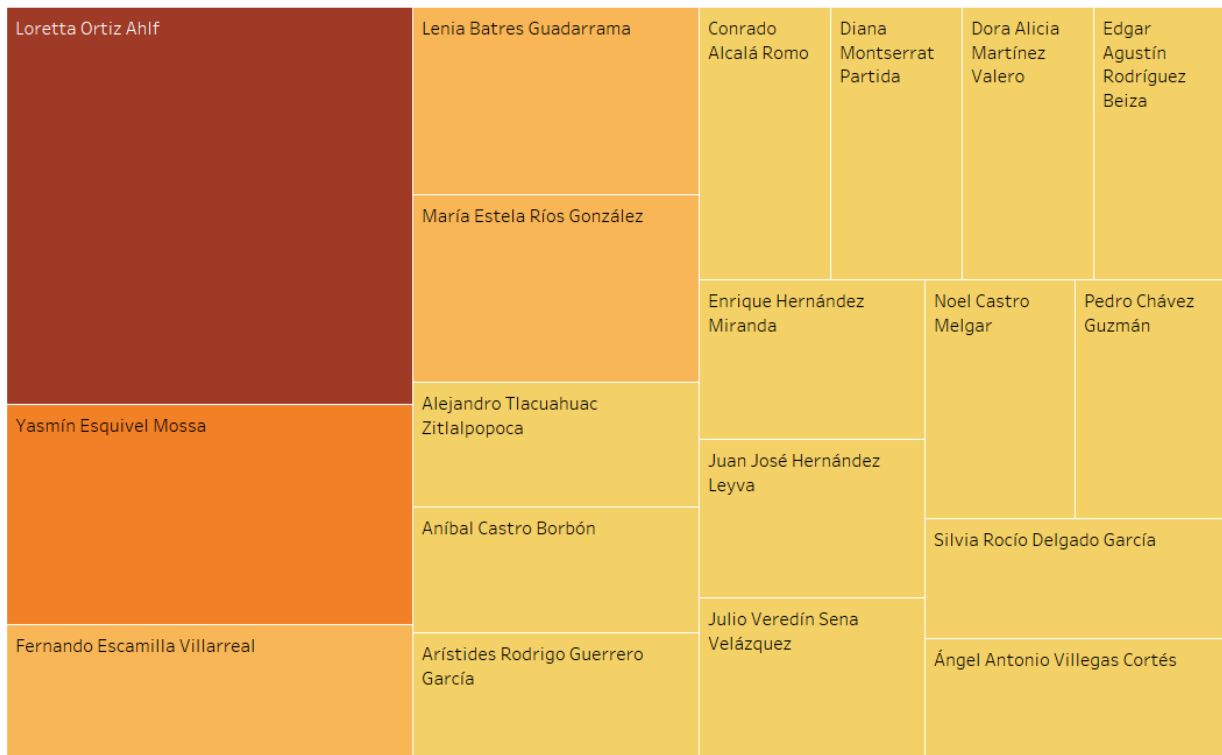


Figura 9. Gráfico de las candidatxs más mencionadxs en la codificación de las notas de la semana compuesta

Entre las personas candidatxs más mencionadas aparecen perfiles que ya ocupan cargos en el Poder Judicial, como **Loretta Ortiz**, **Yasmín Esquivel** y **Lenia Batres**, quienes también están relacionadas con instituciones como el SNTE, el SME y el CJF por distintas controversias. En el caso de **Fernando Escamilla**, su aparición responde a señalamientos por antecedentes penales y vínculos con figuras del crimen organizado.

INSTITUCIONES QUE MÁS SE MENCIONARON

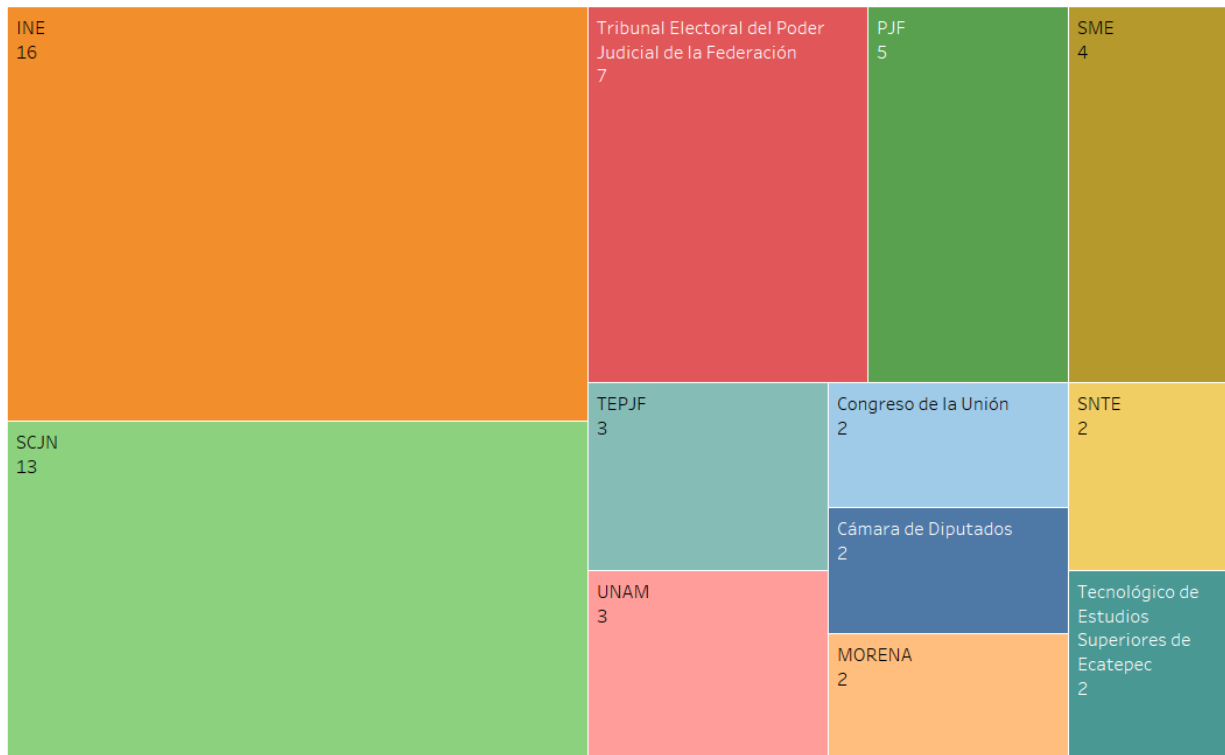


Figura 10. Gráfico de las instituciones más mencionadas en la codificación de las notas de la semana compuesta

Además de organismos como el INE, el TEPJF y el PJP, sorprende la alta mención de sindicatos como el SNTE y el SME, cuya presencia está relacionada con apoyos en especie a candidaturas, particularmente a **Yasmín Esquivel** y **Loretta Ortiz**. Asimismo, la aparición de Nacional Financiera (Nafin) se vincula a la disputa por los fideicomisos, tema que involucra a **Claudia Sheinbaum**.

Coyunturas

Fernández Noroña y la disputa por la idoneidad

Gerardo Fernández Noroña, presidente del Senado, y **Sergio Gutiérrez Luna**, presidente de la Cámara de Diputados, cobraron visibilidad mediática por encabezar impugnaciones contra aproximadamente veinte aspirantes al Poder Judicial. El argumento principal fue que estos perfiles no cumplían con el requisito de “idoneidad” al haber emitido, según su postura, resoluciones que favorecían a integrantes del crimen organizado. Aunque

Fernández Noroña rechazó que se tratara de “narcoaspirantes”, defendió que eran perfiles inadecuados para la función judicial. Destaca el caso de **Fernando Escamilla Villarreal** que fue mencionado por sus antecedentes penales y por haber defendido a **Miguel Ángel Treviño Morales**, *El Z-40*, lo que lo convirtió en un símbolo del debate sobre la idoneidad moral de los aspirantes.

La **figura del senador** también fue mencionada por sus declaraciones en respuesta a la intervención del panista **Francisco Ramírez Acuña** ante el Consejo de Europa, en donde denunció una supuesta injerencia del crimen organizado en la elección judicial. **Noroña** calificó esa postura como sesgada y aseguró que no representaba la visión del Senado. Asimismo, anunció que el Senado promovería la participación ciudadana a través de spots institucionales. Esta serie de posicionamientos ubicó a **Fernández Noroña** como uno de los protagonistas del debate político en torno al proceso.

El TEPJF y el debate sobre la promoción institucional

Una de las decisiones más controvertidas durante el proceso fue la resolución del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) que declaró que el INE no tiene la exclusividad en la promoción de la participación ciudadana. El proyecto fue redactado por el magistrado **Felipe de la Mata Pizaña**, y respaldado por la magistrada presidenta **Mónica Soto** y el magistrado **Felipe Fuentes Barrera**. El fallo abrió la puerta para que instituciones públicas pudieran promover la elección judicial, siempre y cuando no apoyaran explícitamente a una candidatura.

La frase “el *INE* no puede silenciar al resto del Estado”, pronunciada por **Mónica Soto**, se convirtió en un punto de referencia en la cobertura mediática. No obstante, la decisión fue cuestionada por las magistraturas **Janine Otálora** y **Reyes Rodríguez Mondragón**, quienes argumentaron que esa flexibilización contradecía una restricción previamente establecida desde el propio Congreso. Este debate puso en evidencia las diferencias internas dentro del Tribunal y encendió las alarmas sobre el uso político de los canales institucionales.

Claudia Sheinbaum, las reglas internas de Morena y la visibilidad institucional

Claudia Sheinbaum, presidenta de México, tuvo una presencia destacada en la cobertura por dos razones principales. En primer lugar, fue mencionada por su reacción ante el caso de la senadora **Andrea Chávez**, acusada de actos anticipados de campaña en Chihuahua por usar ambulancias rotuladas con su imagen y los colores de Morena. **Sheinbaum** expresó públicamente su preocupación, pidió reglas claras dentro del partido y anunció que enviaría una carta a la dirigencia nacional. Aunque **Chávez** aceptó retirar su imagen, continuó con la propaganda en Guadalajara.

En segundo lugar, **Sheinbaum** fue una de las figuras que se benefició de la resolución del TEPJF para difundir información sobre la elección judicial en espacios oficiales como sus conferencias matutinas, siempre que lo hiciera sin fines proselitistas. Este aval reforzó su visibilidad como portavoz institucional del proceso. Su protagonismo en ambos casos la posicionó como un puente entre el aparato estatal, el partido gobernante y la narrativa pública sobre la elección judicial.

Andrés Manuel López Obrador y el origen del conflicto por los fideicomisos

La figura de **Andrés Manuel López Obrador**, aunque ya no en funciones, apareció asociada al origen de uno de los conflictos estructurales de la elección judicial: la extinción de los fideicomisos del Poder Judicial durante su sexenio, el entonces presidente impulsó esta medida argumentando que dichos instrumentos eran fuente de privilegios injustificados para jueces y magistrados. Propuso que los recursos se destinaran a programas sociales o emergencias, como la atención a damnificados por desastres naturales.

Esta narrativa dio pie a una confrontación con el Consejo de la Judicatura Federal (CJF), que defendió la legalidad de los fideicomisos y su uso para prestaciones laborales. Aunque las reformas se aprobaron en 2023, la transferencia de los fondos fue bloqueada por suspensiones judiciales. Esta tensión institucional se arrastró al siguiente sexenio, convirtiéndose en una de las disputas más cubiertas en el marco de la elección judicial.

Candidaturas en tensión: ministros en campaña

La elección judicial generó una situación inédita: ministras en funciones haciendo campaña. **Loretta Ortiz Ahlf**, **Yasmín Esquivel Mossa** y **Lenia Batres** fueron las figuras más mencionadas en este rubro. Sus nombres aparecieron asociados a prácticas cuestionadas como el uso de recursos públicos, proselitismo en horarios laborales o apoyos en especie.

Ortiz fue vinculada al SME y Esquivel al SNTE por denuncias sobre supuestos apoyos en especie en eventos organizados por dichas organizaciones sindicales. En ambos casos, se cuestionó la legalidad de estas acciones bajo las normas que rigen las campañas. Por su parte, **Lenia Batres** fue señalada por usar camionetas oficiales de la Corte y por solicitar apoyo logístico a sedes judiciales durante sus visitas.

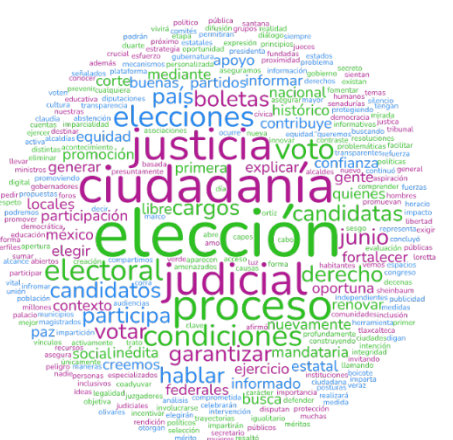
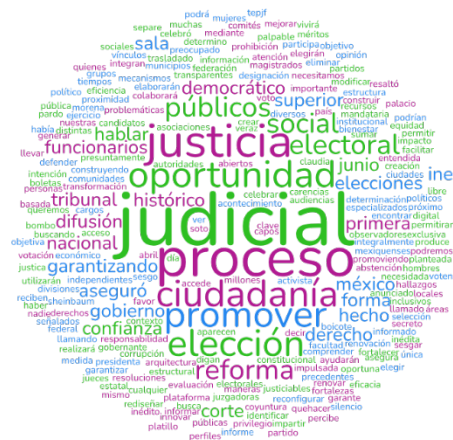
El CJF, Nafin y la transferencia de los fideicomisos

Finalmente, uno de los momentos más tensos durante el periodo analizado fue la transferencia de más de 10 mil millones de pesos de los fideicomisos del Poder Judicial a la Tesorería de la Federación (Tesofe). La operación fue ejecutada por Nacional Financiera (Nafin) sin previo aviso y pese a las suspensiones judiciales vigentes, lo que detonó una reacción inmediata del Consejo de la Judicatura Federal (CJF).

La ministra **Norma Piña**, presidenta de la SCJN y del CJF, propuso presentar una denuncia formal para investigar la legalidad del traspaso. Sin embargo, la mayoría de los consejeros prefirió agotar primero la vía institucional. Esta coyuntura reflejó la tensión entre poderes y colocó a **Claudia Sheinbaum** en el centro del conflicto, ya que su gobierno fue señalado como beneficiario de la maniobra.

Nube de palabras

En las siguientes nubes de palabras, se agruparon los términos más utilizados dentro de los titulares y las notas de prensa escritas según su calificación al proceso de la elección (positivo o negativo)



Figuras 11 y 12. Nubes de palabras de notas con valoración positiva a la reforma y elección judicial, respectivamente.

La visualización de términos más frecuentes en las notas con una valoración positiva de la reforma judicial permite identificar una narrativa predominantemente orientada a la legitimación del cambio institucional. Palabras como *justicia*, *proceso*, *ciudadanía*, *reforma* y *promover* estructuran un marco discursivo que presenta la reforma como una oportunidad para democratizar el Poder Judicial y fortalecer su vínculo con lo público. Asimismo, la presencia de conceptos como *confianza*, *garantizando*, *difusión* y *oportunidad* sugiere un énfasis en valores asociados a la transparencia, la participación ciudadana y la mejora estructural del sistema judicial, enmarcando la reforma en términos positivos y esperanzadores dentro del espacio mediático.



Figuras 12 y 13. Nubes de palabras de notas con valoración negativa a la reforma y elección judicial, respectivamente.

Las nubes de palabras correspondientes a las notas con valoración negativa sobre la reforma judicial revelan una carga discursiva asociada al conflicto, la desconfianza institucional y la crítica política. Términos como *censura*, *poder*, *errores*, *derroche*, *simulador*, *proceso*, *alerta*, *ineficiencia*, *absurdo* y *sucia* predominan en este campo semántico, configurando una representación en la que la elección judicial aparece como un ejercicio cuestionado en términos de transparencia, legalidad y legitimidad.

Asimismo, la presencia de palabras como *violaciones*, *fideicomisos*, *prohibición*, *violencia* o *avalancha* sugiere una narrativa mediática que enmarca la reforma como un riesgo institucional y un ejercicio de control político. En conjunto, esta representación negativa refuerza una percepción crítica del proceso, señalando posibles excesos, prácticas opacas y tensiones en el ejercicio del poder judicial.

Los resultados evidencian que la cobertura mediática sobre la reforma judicial se configura a partir de discursos polarizados que impactan directamente en la construcción de la opinión pública. Esta dualidad discursiva refleja no solo las tensiones políticas e institucionales inherentes al proceso, sino también la capacidad de los medios para influir en la percepción social, legitimar cambios o alimentar la desconfianza. En este sentido, los medios actúan como agentes clave en la formación del imaginario colectivo y en la orientación del debate público respecto a reformas de gran envergadura, subrayando la importancia de analizar críticamente sus narrativas para comprender los procesos de legitimación y contestación social.

Discusión y conclusiones

Los medios como actores políticos

A lo largo del análisis fue posible identificar que los medios de comunicación, aunque suelen presentarse como actores neutrales, en realidad participan activamente en la configuración del debate público. Su aparente neutralidad suele justificarse con el argumento de que únicamente se limitan a reportar declaraciones o acontecimientos. Sin embargo, al seleccionar qué voces incluir, qué temas destacar y qué omitir, los medios terminan reflejando una orientación editorial, explícita o implícita, que responde a intereses específicos.

Retomando a Martín Serrano (1986), quien señala que “la producción social de la comunicación” no es inocente, sino que responde a condiciones estructurales, es posible afirmar que los medios inciden directamente en la construcción del sentido común. En otras palabras, al decidir qué contar, cómo contarlos y con qué énfasis, no solo informan, sino que también definen el marco dentro del cual la sociedad interpreta los hechos. Este rol activo en la definición del debate público convierte a los medios en protagonistas del proceso político, más allá de su función informativa declarada.

Construcción mediática del poder judicial

El hecho de que ciertos personajes, instituciones o polémicas hayan sido más mencionados que otros no es casualidad. Responde a decisiones editoriales que, aunque puedan estar motivadas por criterios de noticiabilidad, también revelan qué narrativas se posicionan con mayor fuerza en el espacio público. Esta lógica termina influyendo en la percepción ciudadana sobre la legitimidad del proceso judicial, sobre los actores políticos implicados y sobre la reforma misma. A través de sus elecciones discursivas, aportan a reforzar, disputar o deslegitimar ciertos sentidos comunes. En ese sentido, la visibilidad o invisibilidad de ciertos elementos del proceso no fue azarosa, sino un reflejo de disputas más amplias sobre el significado y la legitimidad del poder judicial.

La cita como estrategia de encuadre

Una práctica recurrente fue el uso de citas de expertos, académicos o actores políticos para legitimar una postura o matizar la supuesta objetividad del medio. En lugar de emitir un juicio editorial claro, los medios incorporan voces externas, como la del académico **Jonathan Amaro Hernández** o del ministro en retiro **José Ramón Cossío**, que permiten introducir elementos críticos bajo la forma de opinión autorizada. Así, se mantiene una posición formalmente neutral, aunque el encuadre elegido oriente la percepción del lector. Esta técnica permite a los medios intervenir en el debate sin asumir abiertamente una postura, dejando que la carga crítica recaiga en “voces autorizadas”.

Este tipo de encuadre discursivo se complementa con otras estrategias igualmente eficaces, como la carga valorativa de las notas o la selección semántica con la que se abordan ciertos temas. En conjunto, estas prácticas muestran cómo la cobertura mediática puede

funcionar no solo como ejercicio informativo, sino como una forma velada de intervención política.

Cobertura tangencial

Gran parte de la cobertura sobre la elección judicial no se centró en el proceso mismo. Los medios parecieron más interesados en cubrir el entorno: los personajes que la impulsaron, las instituciones involucradas y los efectos en el equilibrio político. La narrativa giró en torno a quién gana y quién pierde con esta elección, más que en discutir a fondo los perfiles, las propuestas o la trayectoria de las candidaturas.

Por ejemplo, la figura de **Claudia Sheinbaum** fue recurrente en los medios, especialmente durante momentos clave, como cuando el *TEPJF* autorizó a funcionarias y funcionarios a hablar sobre el proceso. Los medios replicaron sus declaraciones en *Las Mañaneras* con alta frecuencia. Este tipo de cobertura indirecta reveló una estrategia editorial que privilegió la dimensión política del conflicto por encima de la sustancia jurídica o institucional.

Cobertura reactiva y limitaciones estructurales

Este fenómeno revela que la cobertura mediática fue más reactiva que planificada. Hubo momentos de alta intensidad informativa seguidos por lapsos donde el tema simplemente desapareció del radar. Esto sugiere una lógica de trabajo marcada por la capacidad operativa limitada de las redacciones, que prioriza la inmediatez y la coyuntura por encima del seguimiento sistemático.

Fueron pocos los medios que hicieron un esfuerzo por presentar información completa sobre las candidaturas. Casos como *La Jornada*, *El País* o algunos diarios de la *Organización Editorial Mexicana (OEM)* destacaron en este sentido, pero fueron excepciones. La cobertura fragmentada también deja en evidencia la transición que vive el ecosistema informativo: Aunque las redacciones tradicionales continúan marcando la pauta en términos de volumen de publicaciones y presencia, el consumo de información se ha desplazado progresivamente hacia los entornos digitales. En estos espacios, los medios dependen con mayor fuerza de la lógica de las tendencias virales, lo que influye en qué temas se visibilizan y con qué profundidad. Así, mientras el periodismo digital gana terreno en términos de audiencia, son aún las estructuras

tradicionales las que sostienen buena parte de la capacidad de producción informativa. La lógica de inmediatez, sumada a la presión por seguir tendencias digitales, dificultó una cobertura profunda, lo que refuerza la precarización del periodismo actual en temas complejos.

Notas como instrumentos de disputa política

Más allá de una intención informativa, buena parte de la cobertura mediática en torno a la reforma judicial parece responder a una lógica instrumental, en la que las notas funcionan como vehículos para reproducir posturas políticas preexistentes.

La carga valorativa y la elección de ciertos campos semánticos sugieren que los medios no necesariamente buscan ofrecer un análisis profundo o equilibrado, sino posicionarse dentro de la polarización del debate. En este contexto, las notas no solo informan: intervienen políticamente, ya sea legitimando el discurso oficial o amplificando las voces opositoras.

Interacción mediática y participación de las audiencias

Si bien el análisis pone en evidencia el papel activo de los medios en la construcción del debate público, es importante reconocer que esta influencia no es unidireccional. Las prácticas sociales, es decir, las preguntas, preocupaciones y demandas que emergen desde la ciudadanía, también inciden en la configuración de lo noticioso. En el caso de la reforma judicial, la visibilidad de ciertos perfiles con antecedentes cuestionables no solo obedece a decisiones editoriales, sino también a interrogantes que circulan socialmente. Esta retroalimentación revela que las audiencias no son meros sujetos pasivos, sino participantes activos en la conformación de las agendas mediáticas.

Reconocer esta relación bidireccional entre medios y sociedad permite entender cómo se construye el espacio público contemporáneo. Sin embargo, los resultados del análisis también muestran una fractura entre los valores que deberían orientar la comunicación pública, como el derecho a la información y el fomento del pensamiento crítico, y los que hoy rigen la producción noticiosa: la urgencia, el conflicto y la visibilidad. En este contexto, informar deja de ser un ejercicio de esclarecimiento colectivo y se convierte en una estrategia de posicionamiento, donde la lógica de circulación predomina sobre la lógica de comprensión.

Anexos

Scraping por medio

En caso de querer automatizar la extracción de datos específicos, como la fecha de publicación y el titular, de una lista de URLs del mismo medio, se puede implementar una estrategia de web *scraping* utilizando Google Colab. Google Colab, un servicio basado en la nube ofrecido por Google, proporciona un entorno de Jupyter Notebook que permite la escritura y ejecución de código Python directamente desde un navegador web, eliminando la necesidad de configuraciones de software local y ofreciendo acceso a recursos computacionales remotos. El proceso iniciaría con la creación de un *script* de Python en Google Colab, el cual puede ser generado con la asistencia de un *chatbot* de Inteligencia Artificial (IA). El *prompt* recomendado es el siguiente:

"Necesito un script de Python para Google Colab que haga web scraping de la fecha de publicación de varios enlaces que tengo en un archivo Excel. Todos los enlaces son del mismo sitio web. Para ayudarte a entender la estructura del HTML, aquí te doy un ejemplo de cómo se ve el elemento de la fecha en el código fuente de una de las páginas:

*<time class="news-date" datetime="2025-29-06T18:01-06:00">29 de junio de 2025 - 18:01
hs</time>*

Por favor, proporciona el código completo para Colab, incluyendo cómo leer el Excel y cómo guardar los resultados, y explica cómo adaptar el script si el elemento HTML de la fecha fuera diferente."

Este *prompt* está diseñado para asegurar que el script generado no solo extraiga la información deseada, sino que también maneje la entrada de datos desde un archivo Excel y la salida de los resultados de manera estructurada. Adicionalmente, la solicitud de explicación sobre cómo adaptar el script a diferentes estructuras HTML garantiza la flexibilidad y reusabilidad del código.

La actualización del *prompt* para el *chatbot* permitiría automatizar un proceso similar para la extracción del titular de cada enlace, manteniendo la misma lógica de lectura desde Excel y guardado de resultados. Esta aproximación minimizaría el desarrollo manual de código y

optimizaría el proceso de recolección de datos, aprovechando las capacidades de generación de código de la IA para tareas repetitivas de la codificación para el análisis de contenido.

Referencias

BBC Mundo. (s. f.). *¿Qué sigue tras la histórica y controvertida elección judicial en México?* Recuperado el 12 de junio de 2025, de <https://www.bbc.com/mundo/articles/cx28kzy4g8ko>

INE. (2 de junio de 2025). *Porcentaje de participación ciudadana en la Jornada Electoral del PEEPJF 2024-2025 está entre el 12.57 % y el 13.32 %* [Comunicado]. Central Electoral – INE. Recuperado el 12 de junio de 2025, de <https://centralectoral.ine.mx/2025/06/02/porcentaje-de-participacion-ciudadana-en-la-jornada-electoral-del-peepjf-2024-2025-esta-entre-el-12-57-y-el-13-32/>

Reguillo, R. (2008). *Saber y poder de representación: la(s) disputa(s) por el espacio interpretativo*. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34600902>

Wikipedia. (s. f.). *Elecciones federales judiciales extraordinarias de México de 2025*. Wikipedia. Recuperado el 12 de junio de 2025, de https://es.wikipedia.org/wiki/Elecciones_federales_judiciales_extraordinarias_de_M%C3%A9xico_de_2025

Yahoo Noticias. (2025, junio 9). *Elecciones judiciales en México: un hito histórico*. Yahoo Noticias. Recuperado el 12 de junio de 2025, de <https://es-us.noticias.yahoo.com/elecciones-judiciales-m%C3%A9xico-hito-hist%C3%B3rico-072554526.html>

Martín Serrano, Manuel. 1986. “La producción social de la comunicación”. *Signo y Pensamiento* 5 (9): 47-57. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/5773>

Montesquieu, C. de S. (1748/2015). *De l'esprit des lois* [Édition numérique]. Apple Books.

Narrativas y Discursos Publicitarios

Introducción

Los *fanzines* son publicaciones hecha por personas o colectivos más reducidos, sin las cargas y censuras de las grandes (o pequeñas) empresas. Su formato es libre, generalmente con una alta carga de imágenes y formatos creativos. Como medio de comunicación y expresión, se relacionan con la resistencia, la crítica y la propagación de ideas nacidas desde lo personal, que también es político.

Documentado desde los años 30 del siglo pasado, el fanzine comenzó como una forma de compartir narrativas de ciencia ficción y fantasía por parte de fanáticos, casi siempre autopublicadas. Con el tiempo, el fanzine dejó ser exclusivo de las máquinas de escribir y pasó al formato más libre, cuyos límites no eran marcados por lo que no tuvieras a la mano, sino a la imaginación y creatividad. Eventualmente, también dejó la ciencia ficción para ser una herramienta de la contracultura y la resistencia ideológica presente en los grandes medios de comunicación, siempre, siempre de la mano de personas *reales*.

El siguiente fanzine, realizado por los integrantes de este programa de investigación, fue inspirado por décadas de otrxs autorxs que utilizaron el fanzine como herramienta principal o secundaria de expresión. El foco principal de este número es traer a la mesa los discursos hegemónicos y propagados masivamente por parte de las grandes revistas y la contraposición del fanzine como “anti-revista”, ya no solo a nivel de texto sino de aceptación de formatos libres e inspirados en nuevas perspectivas.

Metodología de investigación

El objetivo de esta investigación es comprender el fanzine como un formato de expresión creativa, alternativa y política, así como su evolución y significado en la cultura contemporánea. Para ello se realizaron las siguientes preguntas:

1. ¿Cómo han evolucionado los fanzines a lo largo de la historia?

2. ¿Cuáles son los temas y estilo que predominan en los fanzines, de 1945 a 1970, y posterior a este último año?
3. ¿Qué impacto tienen los fanzines en la construcción de comunidades?

De esta manera, durante dos sesiones de clase de cuatro horas se realizó una búsqueda para recolectar fanzines que se han publicado desde el año 1945 hasta 1970. Para ello, se utilizaron términos como “fanzine”, “moda”, “feminismo”, “mujer”, entre otros, junto con los años de publicación. Con base en esto, se generó una tabla en Excel con columnas en las que se solicitaban los años, el país, el tema, la técnica de producción, formato, número de páginas, estructura interna y el contexto histórico de la época para sistematizar los enlaces que se fueron recolectado. Además, se incluyeron 12 artículos que hablan acerca del significado de la palabra fanzine y su historia.

Metodología de la realización del fanzine

A partir de la investigación es que se propone la producción de un fanzine hecho por los alumnos del PAP en este periodo de verano. Tras conversaciones con los investigadores Erika Ledezma y Jesús Zamora, se concluyó que se incluyeran tanto los resultados obtenidos por semestre pasados y recolectados en el artículo *Publicidad y Moda. La mujer y el cambio social en México (1945-1970)*, como la línea del tiempo creada en semanas pasadas.

Por lo tanto, el primer paso para la creación del fanzine fue realizar un esquema que permitiera dimensionar el espacio donde colocar las imágenes y los textos:

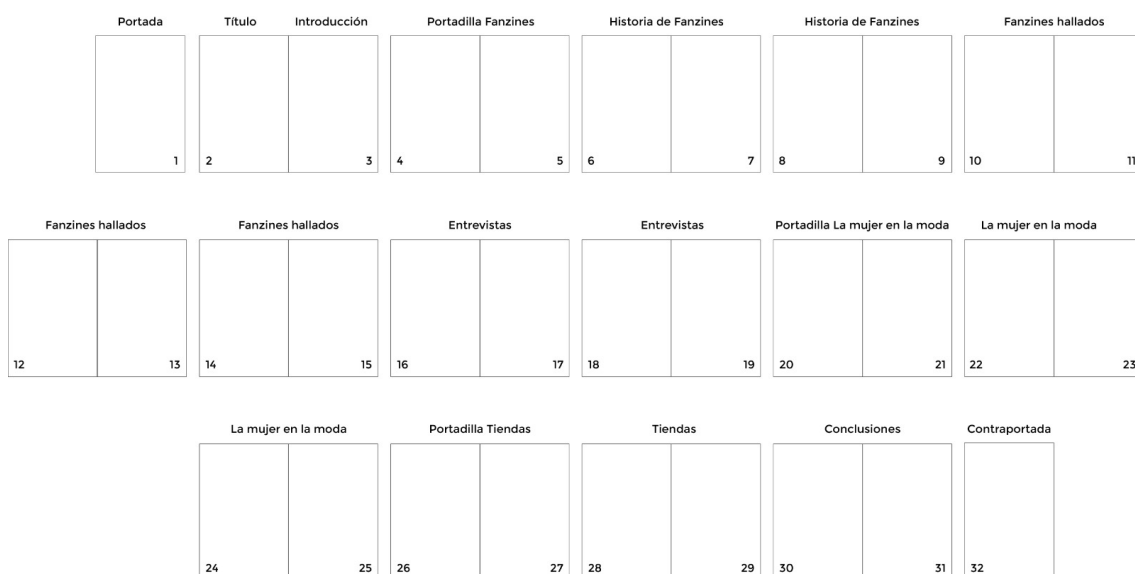


Figura 13. Esquema del fanzine.

De esta manera se determinó una estructura que tuviera sentido al momento de que las personas leyeran el contenido de este producto contra cultural.

A partir de ello, se diseñó un prototipo del fanzine para conocer el orden que tendría. Después se definió el nombre; *Espred. Revista contra cultural*, y se trabajó en un documento en Word con el resumen del artículo y la línea del tiempo. Aquí, se eligió el tipo de letra (American Typewriter) y se acomodó de manera que facilitara la impresión de estos elementos para pegarlos en el modelo del fanzine, dándole una estética de *collage*, con diversos recortes de revistas, periódicos e imágenes que remitieran a la publicidad antigua a la que se le hace referencia.

Dimensiones del fanzine

Comunicativa

El fanzine como forma de comunicación ha sido, históricamente, utilizado para expresar ideas y sentimientos de personas y colectivos que no siempre se ven representados en los grandes medios, una forma de realizar y darle forma a la forma en la que perciben y experimentan su realidad. Sus inicios se datan en la década de 1930, donde la inmensa mayoría de ellos trataba sobre ciencia ficción o fantasía, creando las primeras comunidades “fan” para compartir sus creaciones y pensamientos. En estos primeros pasos el fanzine era producido en máquina de

escribir, con dibujos a mano luego fotocopiados dentro del fanzine. Parece un poco contrapuesto a la presunción moderna de lo que es un fanzine y sus características, especialmente por los bloques de texto gigantes. Sin embargo, su contenido defiende una de las ideas más comunes dentro de las comunidades “fanzineras”: compartir lo que has hecho y quieres que los demás vean.

Historias de ciencia ficción o fantasía, ya sea inspiradas en obras existentes o un intento de darle vida a un mundo que antes solo existía en tu cabeza o bien, extrapolando ideas del mundo real.

Lo dicho anteriormente: comparte una función comunicativa y expresiva a través de los años. La producción del elemento físico o, más recientemente, digital, es lo que ha cambiado con el pasar de los años. Su tiraje es limitado, comúnmente no pasando los cientos de ejemplares debido a su distribución en grupos reducidos.

Basándonos en la definición de la *Britannica Academic*, uno de los ejemplos más antiguos de un documento que se podría catalogar como fanzine son las Noventa y Cinco Tesis de Martín Lutero, las cuales criticaban las prácticas de la Iglesia Católica en su momento, 1517. Su naturaleza de autopublicación (aunque se disputa si realmente las colocaba en las puertas de iglesias y catedrales), gratuidad y dirigidas a un público reducido la colocan como uno de los incidentes más antiguos en los que el fanzine haya sido utilizado para compartir ideas y, en este caso, una tesis política contra un ente en el entramado gobernante de su época. Es curioso dibujar una similitud entre el nacimiento de la iglesia protestante y el movimiento punk, pero se puede extrapolar las formas de distribución y cualidad rompedora de ambos eventos.

Moda

En años anteriores, el fanzine no era un formato común dentro del ámbito de la moda. Tradicionalmente, este tipo de publicaciones estaban más ligadas a temas como la música, el arte independiente o los movimientos sociales. Sin embargo, con el paso del tiempo y a medida que la moda comenzó a ser reconocida como una forma válida de expresión personal y libertad, su presencia en este tipo de medios se volvió más visible. La moda dejó de verse únicamente como algo estético o superficial, y empezó a abordarse como un fenómeno cultural y político capaz de reflejar ideas, identidades y posicionamientos.

A partir de la década de los 2000, esta transformación resultó más evidente. Comenzaron a aparecer fanzines que no solo mostraban ropa o estilos, sino que incluían reflexiones críticas sobre la manera en que la moda impone ciertos estereotipos, especialmente en cuanto a género, cuerpo y clase social. Estos fanzines también abordan temas como la apropiación cultural, los ideales de belleza y el consumo responsable. Al mismo tiempo, existen publicaciones que, sin dejar de lado lo estético, ofrecen consejos para desarrollar un estilo propio, explorar nuevas tendencias y cuidar la imagen personal, pero siempre desde un enfoque más auténtico y menos comercial.

En cuanto a su diseño y formato, muchos de los fanzines actuales se realizan en plataformas digitales, lo cual se refleja en una estética más pulida y cuidada. El uso de fotografías de alta calidad, composiciones visuales al estilo editorial y una diagramación profesional son elementos recurrentes, aunque aún conservan la libertad creativa y el espíritu independiente característicos del fanzine.

Los temas que abordan estos fanzines suelen girar en torno al análisis cultural de las prendas, su historia y su relación con distintos contextos sociales y políticos. Sin embargo, esto no excluye la presencia de contenidos más prácticos y accesibles, como artículos sobre la elección de colores según el tono de piel, combinaciones de prendas o guías de estilo personal. Esta combinación entre reflexión crítica y consejos cotidianos permite que el lector se aproxime a la moda desde múltiples perspectivas, integrando lo personal, lo estético y lo social en un mismo espacio.

Política

El surgimiento de los fanzines marcó una forma de comunicación alternativa arraigada en lo marginal y lo *DIY* (DO-It Yourself o hazlo tú mismo). Estos “magazines” de fanáticos representaron un medio para difundir ideas fuera del circuito institucional, sirviendo como plataforma para comunidades en procesos políticos transformadores. La democratización de la impresión barata y posteriormente la fotocopiadora habilitó a individuos y colectivos para producir y distribuir su propia información. Durante las décadas de 1960–1970 en Estados Unidos surgió un uso explícitamente político de los fanzines (Yalzadeh, 2021).

Los fanzines fueron vehículos para divulgar información crítica o hasta clandestina: estrategias de protesta, prácticas queer y narrativas feministas, salud reproductiva, y temáticas que se veían censuradas o ignoradas por los medios tradicionales. El fanzine político fue además un mecanismo de visibilización para colectivos históricamente excluidos: mujeres, personas negras, POC, queer, personas con discapacidad; y ofrecía una comunicación radical, cimentada en lo local y en lo comunitario. Al producir textos accesibles y baratos, constituían redes de resistencia frente al centralismo institucional y a la vigilancia sistémica.

En tiempos recientes, frente al dominio de las plataformas digitales y la vigilancia masiva, los *zines* analógicos se reivindican como refugio político. Proporcionan autonomía narrativa, privacidad y permanencia frente a algoritmos, censura, extracción de datos y manipulación mediática. La elección deliberada de formatos físicos (copias únicas, anónimas o de distribución limitada) simboliza un acto consciente de disputar la hegemonía comunicacional, favoreciendo una difusión horizontal, organizada en redes comunitarias, ferias de *zines* y circulación callejera.

Cultural

En esta dimensión, los fanzines se han consolidado como poderosas herramientas de expresión cultural y política. No se trata solo de publicaciones independientes, sino de vehículos que permiten a comunidades, colectivos e individuos compartir una amplia gama de ideas, experiencias y saberes. A través de ellos, se crean discursos que cuestionan las narrativas impuestas por la cultura dominante, y se generan espacios de resistencia desde territorios que históricamente han sido marginados o silenciados.

Los fanzines, con su estética libre y su contenido vario, se convierten así en medios de lucha, memoria y visibilización, donde lo personal se entrelaza con lo colectivo para construir nuevas formas de habitar y pensar el mundo.

Los fanzines representan una forma de comunicación alternativa que rompe con la jerarquía de los medios masivos tradicionales. *“Los fanzines son una forma de comunicación alternativa que permite a las personas expresarse sin pasar por los filtros de la industria cultural”* (Duncombe, 2008). Son espacios donde circulan discursos diversos: desde la contracultura, los movimientos feministas, punk y queer, hasta luchas sociales, ecologistas o estudiantiles. Esta variedad de voces

enriquece el panorama cultural, ya que ofrecen narrativas que muchas veces no les dan espacio de expresión en los medios hegemónicos.

La dimensión cultural de los fanzines también se manifiesta en su estética y modo de producción. Tiene un diseño artesanal, el collage, la fotocopia y el uso de técnicas manuales, que no sólo responden a limitaciones económicas, sino que se convierten en gestos políticos que alzan la creatividad colectiva, la autonomía y la autenticidad por encima de lo comercial. Cada fanzine es único, refleja a su creador o comunidad, circulando en espacios alternativos.

Publicitaria

Es difícil colocarles una dimensión publicitaria a los fanzines, ya que, por definición se les considera una especie de panfletos “no comerciales, autoeditados y de corta circulación” (Prado, 2017). Son creados por artistas cuyo propósito es dar a conocer un tema de interés común, más allá de la venta de algún producto.

Sin embargo, es importante mencionar que, durante la recopilación de *fanzines*, hemos encontrado algunos que promocionan eventos, ya sea un festival o un festejo en un bar. Por ejemplo, en 1985 el restaurante El Olivo creó un panfleto cuyo propósito era invitar a las personas a una noche mexicana para celebrar el 15 de septiembre, día de la independencia mexicana. A pesar de que cumple con ciertas características de lo que define a un fanzine, no lo es del todo. Su dimensión publicitaria es pequeña y sus métodos industriales/producción son sencillos, ya que son impresos en equipos de fácil acceso como lo pueden ser las fotocopadoras. Por último, hay que mencionar que, en el sentido de la publicidad definida como la divulgación de información, el fanzine surge como una herramienta útil para los colectivos que buscaban comunicar aquellos temas que las imprentas estatales no estaban dispuestas a abordar (Prado, 2017), por lo que cumplen con dicha función.

Historización del Fanzine

El término “fanzine” proviene de la contracción de las palabras inglesas *fan magazine*. Se trata de publicaciones independientes, autoeditadas, de tirada limitada y con frecuencia realizadas a mano o en fotocopia. Comúnmente abordan temáticas marginales, alternativas o que no encuentran eco en medios de comunicación convencionales.

Los primeros registros que se tienen de los fanzines son entre los años 30's y 40's del siglo pasado; revistas hechas por fanáticos ligados a los *fandoms*, sobre todo, de la ciencia ficción en Estados Unidos, uniendo así a lectores con voces autorales independientes fuera del circuito editorial tradicional.

Ya entradas las décadas de los 60's y 70's, junto con la cada vez más imperante globalización y externalización de temas de corte social en el día a día, llega la movida *punk*: el fanzine se convierte en un vehículo DIY (Do-It-Yourself, hazlo tu mismx) de contracultura, protesta y difusión de ideas y músicas alternativas. **Un espacio para la rebeldía tanto a nivel temático, como artístico y de formato.**

A partir de la década de los 90 y a la fecha, este formato se ha consolidado como una manera de impactar fuera de los circuitos de medios tradicionales, a menudo corporativos y monopolizados en las temáticas que abarcan, e incluso trascendiendo la impresión, dando hogar a blogs y e-magazines más personales, de fácil acceso y divulgación, abordando temas incómodos o incidiendo en nichos quizá marginalizados, por un lado, en búsqueda de una voz representativa por el otro.

A través de una magnitud de estilos, que abarca desde los recortes, el texto e incluso arte a maquinilla, el fotocopiado vía Xerox de la segunda mitad del siglo pasado, hasta técnicas más modernas y convencionales basadas en el acceso a tecnologías electrónicas y digitales, el fanzine permite la autoexpresión sin censura ni intereses comerciales.

Por esto, ha servido históricamente como canal para voces disidentes, minoritarias y activistas con una comunidad de lectores y creadores que priorizan el contenido sobre la forma.

El fanzine ha sido un instrumento clave en movimientos internacionales como el punk británico (Sniffin' Glue), el feminismo riot grrrl en EE.UU (Bikini Kill Zine), y el movimiento queer. De hecho, ha permitido históricamente una representación mucho más diversa, crítica y auténtica de las mujeres en la moda. Al no depender de publicidad ni de las reglas del mercado, estos espacios han favorecido la autoexpresión, la inclusión y la resistencia ante los estereotipos hegemónicos de belleza, clase y género.

En México, el fanzine se vuelve pieza clave en los esfuerzos de resistencia cultural y refugio para las mentes más rebeldes cuando las políticas se tornan autoritarias, orientadas a la censura y la represión social. Desde los movimientos estudiantiles a finales de los 60's y principios de los 70's que abogaban por diferentes estilos de gobierno, la proliferación de espacios clandestinos para el disfrute de nuevas formas de cultura como el rock en los 80's, hasta los movimientos contemporáneos por la representación *queer*, demandas feministas en pro del desarrollo digno de la mujer, y la visibilización del gran problema que representa la cultura moderna de la ilegalidad en un México moderno azotado por el crimen organizado y las estructuras gubernamentales que lo solapan.



Figura 14. Cultura moderna en el fanzine.

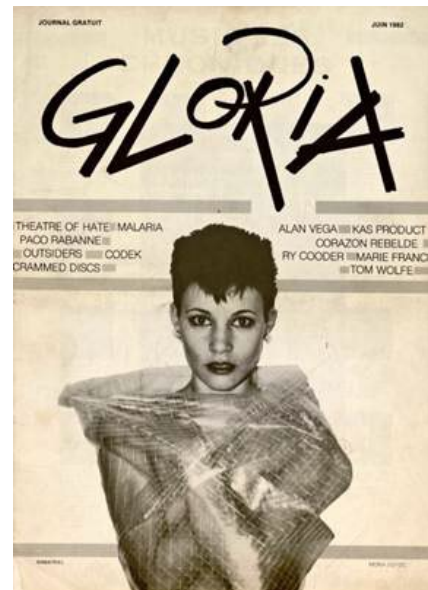
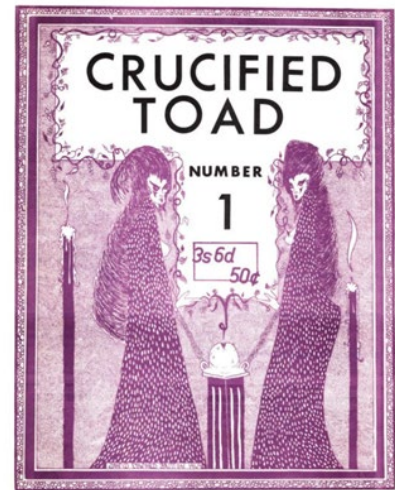
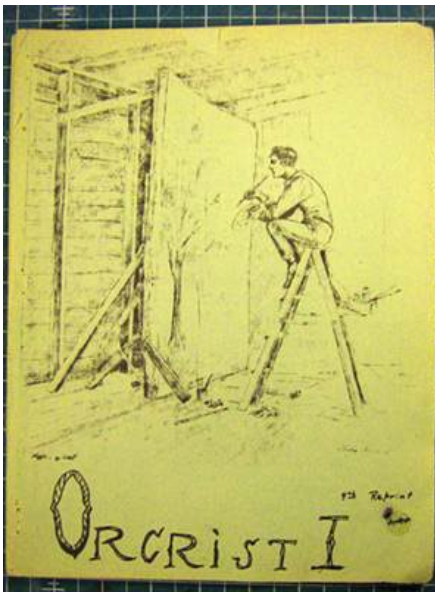
Fanzines identificados

Descripción de fanzines

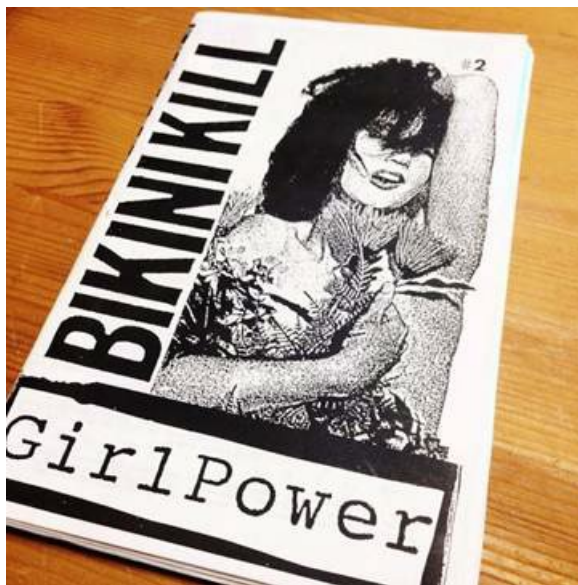
La cronología elaborada reúne una amplia variedad de fanzines desde la década de 1940 hasta el año 2025, permitiendo observar su evolución tanto en formato como en contenido y propósito. La clasificación se organiza por periodos históricos, destacando los países de origen, los temas tratados y las transformaciones culturales y estéticas que reflejan. A continuación se muestran las portadas de fanzines populares a través de los años.

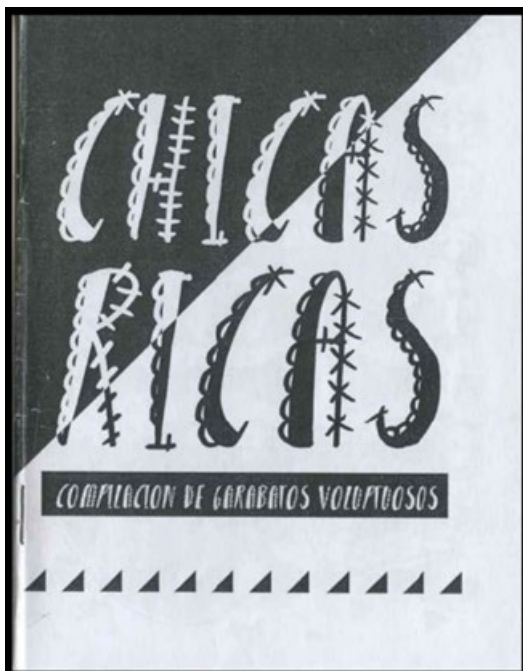
Portadas:











Por un ciberfeminismo radiofónico



Miguitas para la producción
de podcasts feministas libres

[ciberfemgt + cpr + radioslibres]





Figura 15. Ejemplos de fanzines populares a través de los años.

De los fanzines encontrados, se identificó una diferenciación en sus contenidos en los siguientes períodos históricos:

1945 a 1960

Durante esta etapa inicial, los fanzines estaban fuertemente vinculados con la cultura de la ciencia ficción y la posguerra.

1960 a 1970

En esta década se observa un interés más explícito por cuestionar roles de género y explorar la literatura fantástica desde miradas críticas. *Females in Fact, Fable, Fiction, Fantasy and Fairy-Tale* (Inglaterra, 1962) se enfoca en personajes femeninos dentro de la fantasía.

1970 a 1990

Este periodo está marcado por una fuerte expansión temática y territorial. El punk, el feminismo, la política y la contracultura se vuelven ejes centrales de la producción fanzinera. *Sniffin' Glue* (Inglaterra, 1976) representa el espíritu DIY y contestatario del punk.

1990 a la actualidad

Este último tramo refleja una consolidación del fanzine como herramienta crítica, creativa y feminista. El movimiento *Riot Grrrl* y publicaciones de Estados Unidos como *Bikini Kill* en 1991 reafirman la importancia del fanzine como espacio político y de resistencia para las mujeres jóvenes.

QR's

Para facilitar el acceso a las referencias y fuentes utilizadas en el fanzine, se generaron los siguientes códigos QR.



Figura 15. Repositorio de fanzines antiguos



Figura 16. Cabaret Subacuático



Figura 17. Fancyclopedia.



Figura 18. Fan-Dango.



Figura 19. Fanac.org



Figura 20. Tony Comes Home



Figura 21. Females.



Figura 22. Orcrist.



Figura 23. Don't Miss Out.



Figura 24. It.



Figura 25. Sniffin' Glue.



Figura 26. Gloria.



Figura 27. Fanzinología Mexicana.



Figura 28. Rest-Bar Eva-Luz.



Figura 29. Noche Mexicana.



Figura 30. Naná.



*Figura 31. Dime con quién andas.
Y te diré quién herpes.*



Figura 32. Tympan.



Figura 33. Brigada Subversiva.



Figura 34. Artículo fanzines y feminismo.



*Figura 35. Bombas Para
Desayunar*



Figura 36. Por un ciberfeminismo radiofónico



Figura 37. Cara Preta.



Figura 38. Chicas Ricas.



*Figura 39. Compilación piezas
De arte.*



Figura 40. Ya no me gusta el minimalismo.



Figura 41. Pinche_chica_chic.



Figura 42. Rosae.



Figura 43. Evolución de la moda.

Tabla de hallazgos: https://docs.google.com/spreadsheets/d/13-TryVbNi22rY0nfccMKm7WOzsjno4_xJ5UXtYuavY/edit?gid=0#gid=0

Formato

La mayoría de los fanzines analizados presentaban un formato de página vertical, sin una medida estandarizada. En cuanto a las técnicas utilizadas, se identificó una diversidad que incluye el uso de máquina de escribir, collage manual, ilustración y escritura a mano, así como impresión en una hasta cuatro tintas. En los ejemplares más recientes se incorporaron también herramientas digitales para su diseño y edición. Todos los fanzines combinaban texto e imagen como elementos centrales en su composición visual y narrativa.

Comunidades

Los fanzines que hemos recolectados, en su mayoría van dirigidos a colectivos muy particulares. Por ejemplo, algunos fueron rescatados del archivo desobediente creado por UNAM, en el que tienen un apartado nombrado *femzine* en donde el contenido de estos tiene una relación con el empoderamiento de la mujer. Por lo que, su público es feminista.

Asimismo, al ser un medio alternativo de divulgación, estos materiales van dirigidos a comunidades con intereses políticos.

Entrevistas

-No se hace fanzine solo por “Amor al Arte”-

A propósito de esta investigación, se realizó una entrevista a dos personas íntimamente ligadas con la escena del fanzine a nivel local y nacional, Joaquín Arteaga, profesionista en divulgación del arte contemporáneo, y Lizeth Arámbula, dibujante y egresada de la universidad ITESO, con una maestría en narrativa gráfica. A continuación se presentan los hallazgos y observaciones obtenidos en la entrevista.

El Fanzine es personal, retrata una situación de quien lo hace, ej: “Buenas noches cucaracha”, el cual muestra una situación ocurrida en pandemia por la autora, se habló también del uso de materiales diferentes con significado, ej: Discos de canciones de desamor para hablar de este; “Es con lo que tienes a la mano”, menciona Liz en la entrevista.

Se crea una comunidad, un círculo de economías: Haces tu producto, lo vendes, lo que ganas lo gastas en el producto de alguien más (fanzine). O, haces tu producto, lo vendes y lo que ganas lo usas para comprar más materiales para más fanzines. O solo gastas lo que ganaste de tu venta en algo más; “El capital que se mueve no es solo económico si no social, cultural” (Arteaga, 2025).

La imagen de la mujer en el cómic vs fanzine pasa de ser inalcanzable a ser un cuerpo realista, vemos chicas parecidas a nosotras en situaciones en las que ya estuvimos o podríamos estar, además de ver y leer sobre escenarios reales para la mayoría de la población. Tal y como nos dice Liz; “En los fanzines las mujeres nos retratamos desde nuestra mirada”.

Sin embargo, el incremento de precio en materiales impresos, papel, pegamento, etc. están significando un reto para los, las y les creadores de este material.



Figura 44. Grabación de entrevista



Figura 45. Buenas noches, cucaracha.



Figura 46. Te hice una playlist.

La mujer en la moda

Durante gran parte del siglo XX, la moda femenina fue más que una cuestión de estilo: reflejaba los cambios sociales, económicos y culturales que atravesaban las mujeres. En momentos clave como la posguerra o el auge de los movimientos feministas, la manera de vestir se convirtió en una forma de responder al contexto y de posicionarse frente a él. En especial entre los años 40 y 70, la ropa no solo cubría el cuerpo, también comunicaba ideas sobre libertad, rebeldía y transformación social.

Después de la Segunda Guerra Mundial, la moda para las mujeres se volvió más funcional y sencilla, debido a la escasez de materiales y a que muchas mujeres comenzaron a trabajar fuera del hogar para apoyar el esfuerzo bélico. Sin embargo, hacia los años 60 y 70, la ropa se convirtió en una herramienta de autoexpresión. Impulsada por movimientos juveniles y feministas, la moda empezó a romper con los estereotipos tradicionales y a reflejar una mayor independencia y diversidad en las formas de ser mujer.

La publicidad jugó un papel clave en este proceso, ya que no solo mostraba lo que estaba “de moda”, sino que también ayudaba a crear y reforzar ciertos modelos de feminidad. A través de un análisis de anuncios y del contexto histórico en Guadalajara, se observa cómo estos mensajes comerciales promovían nuevas ideas sobre el rol femenino, aunque muchas veces seguían cargados de estereotipos. Aun así, reflejaban una transición importante hacia una mayor visibilidad de las mujeres en distintos espacios sociales.

Mientras tanto, las revistas dirigidas a mujeres durante esas décadas seguían centradas en temas como la limpieza del hogar, el cuidado de la familia y la belleza. Había poco o nulo espacio para hablar de independencia, crítica social o identidad femenina fuera de los moldes tradicionales. Por eso, este análisis también busca rescatar cómo otros medios, menos convencionales, empezaron a abrir espacios para nuevas voces y representaciones que conectaban más con los cambios reales que las mujeres estaban viviendo

La moda contestataria en GDL (Escena Local)

La ropa habla, y en Guadalajara hay toda una escena que lo demuestra. Detrás de cada prenda vintage hay una historia, una época, y muchas veces, una forma de resistir lo que dicta la moda rápida. Desde tianguis callejeros hasta boutiques especializadas, la ciudad se ha convertido en un refugio para quienes ven la ropa como una forma de expresión, memoria y, por qué no, de cuestionamiento social. Con tiendas, bazares y ferias que combinan diseño, memoria y activismo, la Guadalajara vintage no solo viste cuerpos: construye comunidad, cultura y resistencia. Aquí te contamos algunos de esos espacios donde el pasado sigue vivo... y se puede vestir.

Bravo Vintage

@bravo_vintage

Para Tani Sayil Pérez, la ropa no solo se usa, se cuestiona, se investiga y se recuerda. En Bravo Vintage, cada prenda es un testimonio del pasado y un espejo del presente. Más que vender ropa, Tani transforma las prendas en herramientas para hablar de historia, poder, desigualdad y cultura. Aquí, la moda se convierte en memoria y en acto político.

Vintage Ceremony

@vintageceremony

Mucho más que un bazar, este evento convierte la moda vintage en arte y resistencia. Entre prendas de los 60, 70, 80 y 90, cada pieza es un fragmento de historia que se puede portar. Vintage Ceremony celebra el estilo retro y nos recuerda que cada textil trae consigo un relato social, cultural y estético. Comprar aquí es vestirse con memoria y personalidad.

Green Hat Vintage

@greenhat.luxury

Harta de la uniformidad que imponen las tendencias, Yohana Díaz Flores encontró en lo vintage su forma de rebelión y autenticidad. Green Hat es su refugio, y el de quienes buscan piezas únicas, cargadas de historia. La tienda conecta el presente con los relatos de trabajadoras, diseñadoras y artesanas del pasado. Una boutique que demuestra que la moda puede ser diversa, crítica y profundamente personal.

Tianguis Cultural

@sábados en el Agua Azul

Sábados de hallazgos: chamarras, playeras y ropa de otras décadas entre música, libros y cultura alternativa. Un clásico urbano.

Con B de Vintage

@conbdevintage

Londres, Berlín, París... y Guadalajara. Ropa importada y tesoros retro que combinan *glamour* europeo y esencia mexicana.

Morritas de Bazar

@morritadebazar

Ropa circular, intercambio y estilo consciente. Trae tus prendas, elige otras y renueva tu clóset sin gastar de más.

Boutique Erica Street

@erica_street

El upcycling hecho arte. Prendas transformadas, personalizadas y con el sello único de darle nueva vida a lo vintage.

Casa del Prado

@casadelpradomx

Moda relajada y con esencia orgánica. Aquí encuentras desde básicos vintage hasta piezas casuales llenas de personalidad.

Lavanda Vintage

@lavandavintage

Dentro de Café Endémico se esconde este rincón retro. Accesorios, camisas estampadas y ropa que revive los clásicos de otras décadas.

Bad People GDL Vintage Store

@badpeoplegdl

Estilo Y2K, *streetwear* noventero y nostalgia pop. La tienda ideal para fans de los 2000 que buscan destacar con actitud.

Volver Vintage & Memoria

@volver_vintage

Vestidos floreados, estilos sesenteros y piezas llenas de color. Ideal para quienes buscan moda atemporal con toques románticos.

Maple Show Room

@mapleshoweroom

Diseño, psicodelia y moda alternativa. Desde accesorios únicos hasta ropa que combina color y creatividad

Parque Rojo, latido vintage y resistencia tapatía

El Parque Rojo fue un epicentro cultural y político para Guadalajara. Desde vogueerxs hasta colectivas feministas, los encuentros reivindicaron la ciudad desde sus raíces, mezclando barrio, estilo y resistencia.

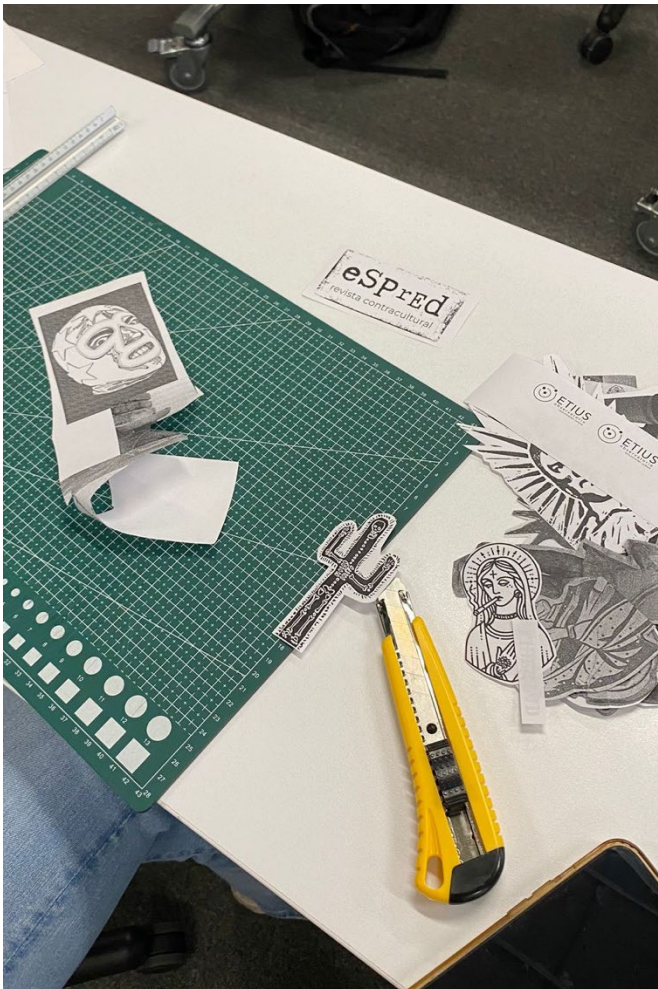
Hoy en día el parque permanece cerrado por obras de renovación rumbo al evento mundialista FIFA Fan Fest 2026. Las autoridades reubicaron a cientos de vendedores en tianguis como el Cultural, pero muchos han reportado pérdidas de hasta el 70 % en ventas, además de sentir un fuerte desarraigo comunitario.

La espera para su reapertura es una oportunidad para imaginar un Parque Rojo renovado que siga siendo refugio vintage, cultural y político. Cuando el Parque Rojo vuelva a abrir, su reapertura será también una señal de reencuentro, de moda con historia y de comunidad tapatía que resiste una vez más como lo ha hecho siempre.

Espred

Como parte de nuestro trabajo de investigación, se observó una gran cantidad de fanzines de distintas épocas. Desde el inicio del proceso, se tuvo como meta final el crear un fanzine propio, hecho por los integrantes del equipo de Narrativas y Discursos Publicitarios. Su contenido es una variación estilizada de todo el producto de investigación, siempre fiel a la naturaleza creativa y libre del “formato” del fanzine. Diseño y la repartición de secciones a través de las páginas. Como ya se ha mencionado en la metodología, se utilizaron recortes encontrados en diversas fuentes. Se realizó el proceso de recorte y repartición de hojas para trabajar entre los integrantes del programa, así como el pegado de las imágenes.

Uno de los últimos pasos en la elaboración del fanzine fue la digitalización y preparación para la salida a pre prensa del producto final. Para llevar a cabo esta etapa, fue necesario recurrir a procesos técnicos como el escaneo de materiales físicos y el empaquetado del archivo en Adobe InDesign. Estas acciones permitieron optimizar la producción y facilitar su envío a impresión, asegurando una mayor eficiencia y calidad en el resultado final.







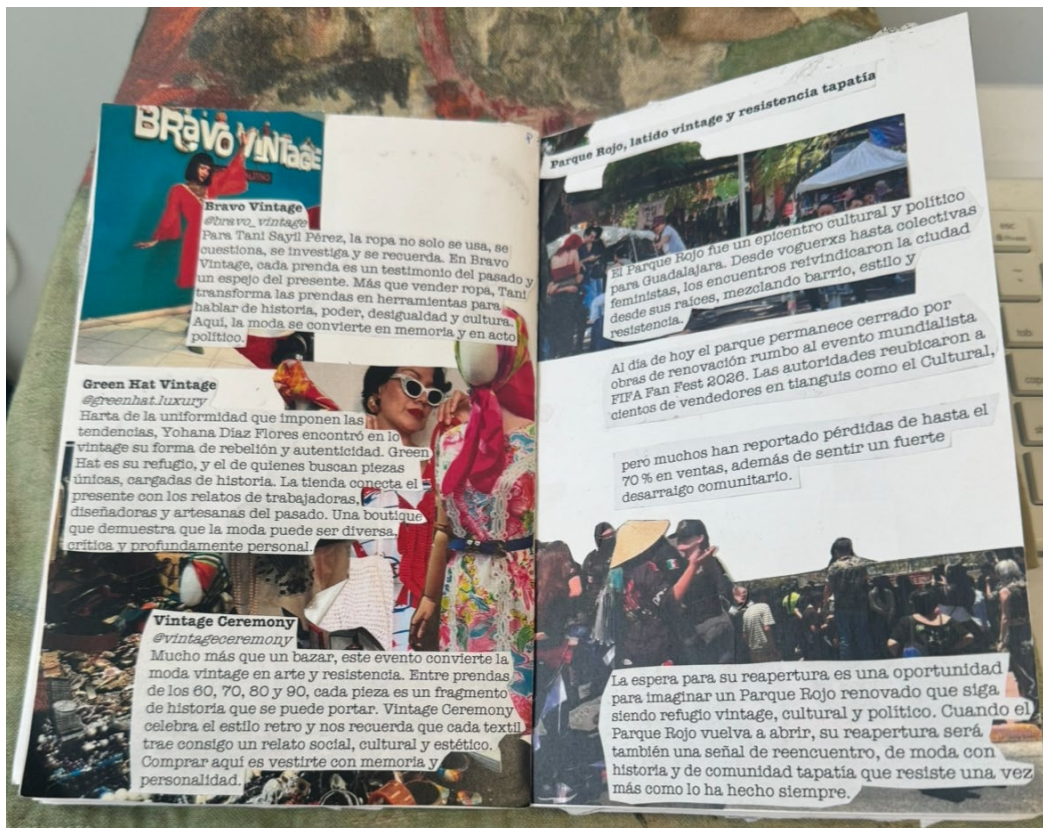




Figura 46. Sesión de creación del fanzine.

Conclusiones

A lo largo de los años los fanzines han sido utilizados como medios de expresión y de comunicación independientes de las grandes empresas. Al tener una estética disruptiva, contracultural y hecha a mano, transmiten mensajes políticos dirigidos a colectivos con estos mismos intereses. Más que tener una gran producción, buscan difundir información desde una perspectiva personal, por lo que no suelen imprimirse varias copias del mismo fanzine, sino que son de carácter efímero.

Por otro lado, las revistas se han encargado de mostrar una manera de representación sobre la mujer que dependía mucho del contexto histórico en el que eran publicadas. Encontrábamos diversas imágenes de una ama de casa, cuyo único propósito era atender a su familia. Fue así que, hasta la década de los 70s, la moda comienza a utilizarse como una forma de expresión y una especie de liberación ante el papel femenino que se había otorgado.

En contraste con las revistas, encontramos que la representación femenina dentro de los fanzines viene desde una perspectiva descentralizada y antihegemónica que busca mostrar una mirada diferente ante lo que entendemos por femineidad.

Por último, es importante mencionar que la cultura de la moda en Guadalajara (escena local) se ha convertido en una forma de resistencia ante el *fast fashion*. Es vista como una forma de expresión y busca crear una comunidad donde la ropa “vintage” está de moda y es utilizada por todo tipo de personas.

Referencias

- Duncombe, S. (2008). *Notes from Underground: Zines and the Politics of Alternative Culture* (2nd ed.). Microcosm Publishing.
- Jackson, S. (2018, septiembre 18). Start a Riot (and a Zine), Grrrl. JSTOR Daily. <https://daily.jstor.org/start-a-riot-and-a-zine-grrrl/>
- Ledezman, E, & Zamora, J. (2025) Publicidad y Moda. La mujer y el cambio social en México (1945-1970).
- Our Era Magazine. (2023). Riot Grrrl: How Women Used Zines to Challenge Patriarchy and Build Community. <https://www.oureramag.com/archive/riotgrrrl/>
- Prado, S. (2018, 1 mayo). Los fanzines - Sergio Prado - Medium. *Medium*. <https://medium.com/@bagrilo/los-fanzines-a96c28843fb8>
- Teen Vogue. (2019, junio 26). The Queer Punk Movement That Broke All the Rules. <https://www.teenvogue.com/story/queer-punk-movement-history/>

Yalzadeh, I. (2021). Celebrate Zinez. *Reimagined News*.
<https://www.reimagined.news/archives/celebrate-zines-anti-racism-daily>

"Zine." *Britannica Academic*, Encyclopædia Britannica, 30 Jun. 2025. academic-eb-com.ezproxy.iteso.mx/levels/collegiate/article/zine/640199.

ZineWiki contributors. (n.d.). Riot Grrrl. ZineWiki. https://zinewiki.com/wiki/Riot_Grrrl

Comunicación y Cultura en la Era del Antropoceno

Estrategia de comunicación pública sobre el cómic mexicano y las representaciones narrativas del Antropoceno

“Words are world-makers—and language is one of the great geological forces of the Anthropocene.”

— Robert Macfarlane, *Underland: A Deep Time Journey*

Introducción

El Programa de Investigación de Comunicación y Cultura en la Era del Antropoceno, en colaboración con Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) ETIUS, Observatorio de Comunicación y Cultura durante el periodo de verano se ha dedicado a darle continuidad al trabajo realizado desde el semestre de Otoño 2024, que ha consistido en analizar las representaciones de la relación sociedad-naturaleza con problemas medioambientales en algunos cómics mexicanos.

Se llevó a cabo una recopilación de datos de artistas, creadores y espacios relacionados con el cómic en la Zona Metropolitana de Guadalajara, a partir de la cual se creó un mapa digital de la escena local. A su vez, se seleccionó un corpus de una serie de cómics mexicanos, los cuales sirvieron para un análisis de la representación de las narrativas del Antropoceno en la narrativa gráfica.

Este semestre, se retomó la investigación de Christophe Bonneuil: *The Geological Turn: Narratives of the Anthropocene* (2015), en la cual se describen cuatro narrativas sobre el Antropoceno: Naturalista: la humanidad es el centro que estimula los cambios en la tierra; Post-naturalista: la naturaleza está muerta, la humanidad ha tenido que sobrevivir en medio de lo perdido y la tecnología se incorpora al modo de supervivencia; Eco-Catastrofista: destrucción de la civilización industrial, la naturaleza está en su límite; y Eco-Marxista: la naturaleza es insostenible por el capitalismo.

En función de estas narrativas, Andrea Gabriela Pérez Campos ilustró un prototipo de Los Cuatro Antropocénicos, un grupo de personajes conceptualizados por todo el equipo durante el semestre de Primavera 2025. Para este periodo le dimos continuidad a los personajes por medio de un producto audiovisual de ficción. Éste fue compuesto a lo largo de cuatro fases: la realización de un guion para un podcast para cada personaje, la grabación de las entrevistas, así como el doblaje de las voces, la ilustración de Los Antropocénicos e integración de la animación con el montaje de los videos.

Paralelamente, se desarrolló una primera versión de un sitio web que sirve como plataforma para conectar al público con los creadores y artistas de cómics en la Zona Metropolitana de Guadalajara, basado en el trabajo de recopilación de información y contactos llevado a cabo previamente.

Marco teórico

Para esta entrega, se indagó sobre la Comunicación y Cultura en la Era del Antropoceno para analizar una selección de comics mexicanos. Anteriormente, se ha mencionado el concepto de Antropoceno, así como las narrativas de éste propuestas por Bonneuil (2015). Para este trabajo se expandió el concepto de Antropoceno con base en el artículo de Maristella Svampa *El Antropoceno como diagnóstico y paradigma. Lecturas globales desde el Sur* (2019). De este modo y a manera de recapitulación, se entiende por Antropoceno al tiempo en el cual el ser humano se ha convertido potencialmente en factor de cambio a nivel tanto global como geológico (Svampa, 2019). Por otra parte, Christophe Bonneuil (2015), menciona en modo de introducción que las historias siempre han importado para la Tierra; con esta enunciación formula las cuatro narrativas del Antropoceno previamente mencionadas.

En éstas se fundamentan los cambios en la naturaleza inducidos por la humanidad y cómo éstos han perjudicado no solo al medioambiente, sino, la manera en la que vivimos e interactuamos con estos cambios. En este sentido, el Antropoceno debe de entenderse como un diagnóstico civilizatorio, en el cual se cuestionen los fenómenos tales como el extractivismo, colonialismo, la crisis ecológica y su relación con el modelo de desarrollo moderno-industrial. Todavía cabe señalar que la autora propone que el Antropoceno representa una ruptura

epistémica que sugiere repensar en las maneras de habitar el planeta, así como las relaciones entre humanos y no humanos (Svampa, 2019).

El concepto de Antropoceno, de acuerdo con Svampa, puede ser expandido a otras disciplinas como las ciencias sociales, las humanidades y las artes; empezando así una disputa en cuanto a las representaciones que se fundamentan en investigaciones, sugiriendo la pertinencia de una investigación de este tipo en el contexto de un observatorio de comunicación y cultura.

Se debe añadir que, en el artículo de Svampa, la autora enfatiza que se debe replantear el concepto de Antropoceno en América Latina ya que éste no contempla los impactos ambientales y sociales del modelo capitalista. Es decir, el Antropoceno debe entenderse como un concepto políticamente situado en el cual, también deben considerarse las relaciones de poder, desigualdad y resistencia. Además, el concepto se convierte en un “campo” de disputa, y al mismo tiempo un diagnóstico que replantea la problemática sociocológica desde otras disciplinas (Svampa, 2019). Esto abre la puerta al análisis de productos culturales desde nuestro contexto. Tomando en cuenta lo anterior, se contempló al cómic como producto que puede tomar directa o indirectamente aspectos del Antropoceno en sus formas, temáticas, etc. De cierta manera, lo establecido por Bonneuil es devuelto; la Tierra se convierte en un escenario indispensable para las historias. El cómic no es la excepción. Luisa del Rosario en su artículo *El Cómic y el poder: Una perspectiva Antropológica* (2016), considera que mediante las viñetas se transmiten ciertos valores con cierta permanencia en el tiempo que remarca una ideología en particular. De manera que, *Los 4 Antropocénicos* se inscriben en lo establecido desde Bonneuil (2015) y con Svampa (2019) ya que expanden el concepto a expresiones periféricas culturales de las narrativas del Antropoceno.

Los 4 Antropocénicos

Objetivo

Como objetivo del programa de investigación durante el periodo Primavera 2025, se planteó la creación de un producto comunicativo que expresara los resultados encontrados durante el proceso. El equipo del programa determinó que la manera más adecuada para exponer dichos resultados sería utilizar los mismos elementos de la narrativa gráfica y aplicarlos en una pieza que involucrara la ficcionalización de las narrativas del Antropoceno propuestas por

Bonneuil (2015) descritas anteriormente, y su relación con los cómics seleccionados en el corpus determinado a partir del análisis hecho previamente.

Para este propósito, se trabajó en una maqueta inicial de un libro gráfico en formato *fanzine* para publicar los resultados. En busca de una lógica de aprendizaje y generación de conocimiento más dinámica, se decidió crear una serie de personajes ficticios que ejemplificaran las cuatro narrativas, cuya función fuera la de ilustrar de manera simple y breve las relaciones de los cómics seleccionados con las narrativas del Antropoceno.

Así, se creó a Darwin, un joven pulcro, carismático y positivista de tipo “nerd”, ejemplificando a la narrativa Naturalista; a ReNatx, una chica cyborg amante de la tecnología y de cualidades post-humanas, ejemplificando la narrativa Post-naturalista; a Kris Iz, un chicx no binarix sumamente pesimista, ejemplificando la narrativa Eco-catastrofista; y a Charlie, una caricaturización de Karl Marx regordete e iracundo, ejemplificando la narrativa Eco-marxista.

Al mismo tiempo, la decisión de utilizar personajes de cómic para comunicar los hallazgos de una investigación enfocada alrededor de las expresiones culturales en la narrativa gráfica responde al interés de explorar medios alternativos de comunicación de conocimiento, alternativos a los modos tradicionales académicos de presentación de resultados. Este producto gráfico no solo permite mayor libertad expresiva, sino que también promueve la participación activa del público, quienes pueden interpretar y resignificar las narrativas a través de los personajes propuestos. De esta manera, los Cuatro Antropocénicos se entienden como una herramienta pedagógica y cultural que contribuye al debate contemporáneo sobre el papel de la ficción y las expresiones artísticas en relación con los discursos mediáticos sobre la relación sociedad-naturaleza y los conflictos ecológicos que enfrentamos.

Tomando en cuenta el panorama de los productos finales del ciclo anterior, se tomó una decisión colectiva en ahondar sobre la dimensión comunicativa que podía ofrecer el material del que se disponía. Se consideró que los Cuatro Antropocénicos tienen un potencial dialéctico cuya riqueza radica en que podemos presentar información de una forma más allegada a la misma naturaleza de las obras que estamos revisando, menos expositiva y teórica, pero a la vez cargándose con un sentido de interés global.



Lluvia de ideas

Después de decidir que el producto de la investigación giraría alrededor de los Cuatro Antropocénicos se plantearon distintas posibilidades, tales como realizar un cómic narrado, poniendo una sucesión de dibujos y doblando la voz de cada uno de los personajes. Otra de las propuestas fue mantenerse en el formato impreso y realizar tiras cómicas planteando situaciones donde los Antropocénicos reflejaran su narrativa a través de situaciones específicas. Y otra más de las posibilidades planteadas fue llevar a los personajes a un formato live action en un cortometraje, realizar un casting para elegir quienes los interpretarían, y ofrecer un contexto de cómo llegaron a este mundo, jugando con la mezcla de formatos, colocándolos en sus universos de forma animada para finalmente concluir con una escena en nuestra realidad.

Siguiendo la idea de la mezcla de formatos, el producto realizado a partir de la investigación fue un video en formato de podcast falso, en donde se entrevistaron a los Cuatro Antropocénicos que representan las distintas narrativas. Estas entrevistas giraron en torno a la reseña de un cómic mexicano seleccionado a partir del corpus conformado anteriormente, reseña que incluye como componente central la relación de la narrativa del Antropoceno que representa cada personaje y la temática del cómic a analizar.

Los personajes se presentaron en modo ilustrado y semi-animado con características caricaturizadas que reflejan su narrativa y el mundo alternativo de donde provienen, mientras que los entrevistadores fueron grabados a modo "live action". Esto funcionó como la ilusión de

una interacción orgánica, donde la narrativa se entendiera de manera clara a partir de su relación con el cómic y la interacción con el personaje, sus comentarios, opiniones y personalidad. El estilo de la ilustración de los personajes buscó de manera visual reflejar la centralidad del medio del cómic para este programa de investigación.

Escritura

Una vez que se determinó el concepto del producto audiovisual para el programa de investigación, se dividió el equipo en cuatro parejas que se encargaron de elaborar un guion para cada uno de los cuatro personajes a modo de entrevista situándolos en un podcast ficticio. Eugenia y Cinthia se encargaron del guion protagonizado por ReNatx; Luis y Diego se encargaron del guion protagonizado por Charlie; Ana Paula e Isidro se encargaron del guion protagonizado por Kris Iz; y Francisco y Nuria se encargaron del guion protagonizado por Darwin.

Basado en las características de los personajes y las narrativas del Antropoceno que representan, se escogieron cuatro cómics particulares pertenecientes a nuestro corpus analítico desarrollado el semestre pasado. Cada equipo tuvo la libertad de escoger la historieta en cuestión; finalmente, se decidió que ReNatx hablara de *Hermanos* (2021), de Héctor Germán Santarriaga, por estar situado en un universo con características cyberpunk y contar con elementos de postnaturaleza y tecnología; Charlie habló de *Érase una vez en el sureste* (2024), del Manchón, al involucrar elementos geopolíticos y diferencias de clases sociales entre regiones del mundo en cuanto a recursos naturales; Kris Iz habló de *Ecatepunk* (2020), de Joshua Hernández, que presenta un futuro post-apocalíptico mexicano; y Darwin habló de *Sargassum* (2020), una colección de 20 autores latinoamericanos, al ser un cómic de carácter divulgativo que habla sobre la crisis del sargazo en las costas de la región y las posibilidades de afrontarla mediante la ciencia.

Una vez compuestos los equipos y los cómics asignados, se determinó una duración entre 3 a 4 minutos para los guiones, en busca de una estandarización para el producto final. Asimismo, para generar una estructura cohesiva que pudiera unir los cuatro videos, se creó un arco argumental que consiste en presentar las entrevistas como segmentos fallidos de un podcast que no fueron publicados debido a complicaciones y discrepancias con el contenido y la visión

del Observatorio; por lo mismo, se acordó que los guiones escalaran hacia una confrontación entre el locutor y el respectivo personaje, para que la entrevista se interrumpiera abruptamente.

En cuanto a la forma del contenido, se hizo especial hincapié en procurar interacciones orgánicas entre los locutores y los personajes, evitando textos explicativos en donde los Cuatro Antropocénicos definieran de forma concisa y directa las narrativas del que representan simbólicamente; en vez, se tomó la decisión de que los personajes provinieran de dimensiones paralelas en las cuales ellos mismos no están conscientes de su papel como representación de una cierta narrativa en cuanto al medioambiente. A su vez, se permitió libertad en cada equipo para modificar particularidades en los diálogos y las situaciones; por ejemplo, el segmento del personaje de Charlie cuenta con dos locutores, representando versiones ficticias de los miembros del equipo Luis y Diego.

A continuación, se presenta uno de los guiones que se elaboraron y protagonizado por el personaje cyborg ReNatx:

Guion ReNatx

por Cinthia Martínez y Eugenia Osorno

(Post-naturalismo)

E: Hola, amistades del Antropoceno, bienvenidxs a un capítulo más de este ETIUS Analiza, mi nombre es X ... y el día de hoy tenemos a una invitada muy especial, originaria de Tlaquepunk, un lugar donde la naturaleza ya no existe... Conozcan a... ReNatx.

R: Hola, hola, muchas gracias por la invitación. Definitivamente esto es muy inusual para mí, pero vamos viendo cómo resulta esto.

E: Vamos viendo, ¿no? En lo personal estoy contentx de tenerte como invitada en esta charla sobre el antropoceno representado en el comic mexicano. Pero bueno, cuéntanos un poco de ti, y cómo te posicionas ante los problemas ambientales con la tecnología.

R: Bueno, yo soy ReNatx, antes Renata... como tal, jaja. Soy un cyborg, tengo un brazo robótico y guardo jellybeans en él. De donde yo vengo la separación de sociedad y naturaleza no existe, son uno mismo. Y, lo que, es más, la naturaleza ya valió, todo es artificial quieras o no. Tons la única manera de sobrevivir a esto es recargarnos totalmente en la tecnología y acelerar la artificialización de la tierra. Pierdes una pata, pues la reemplazas (apunta hacia su brazo mecánico).

E: Ya, es un mundo un tanto paradójico, ¿no? Progresar en un caso perdido, o algo así. La dinámica de este capítulo es comentar un cómic mexicano que hable de estas crisis ambientales, y el cómic que vamos a comentar es ... H3rmanos de Héctor Germán Santarriaga.

R: Chingonsísimo el cómic eh, para que lo lean. Un poco anticuado, pero entiendo que es muy de esta época.

E: ¿Se te hace? Pero bueno, el comic está ambientado en un futuro cercano tipo cyberpunk en la Ciudad de México y trata de dos hermanos, Emiliano y Santiago, que se reencuentran tras varios años, navegando por una ciudad donde ya no se vive; se sobrevive. A ver, ReNatx, cuéntanos más.

R: Lo chido de esto es que no es un futuro lejano, para ustedes está prácticamente a la vuelta de la esquina. Implantes neuronales, falta de agua, pandillas, guerras constantes, sociedades de riesgo, digo, duh, solo tienes que mirar por la ventana. Y la naturaleza no figura en nada de esto, pues ya no existe.

E: Está muy vigente todo esto, claro. Aparte, la tecnología es usada como una herramienta más en la vida diaria. ¿No?

R: Si, sí. Y también entra el transhumanismo, ¿sabes? por ejemplo, hay una cosa llamada la “Nevro”, es como el internet, pero se accede por un implante en la frente. Trasciende las capacidades humanas “naturales” y luego se usa como herramienta de resistencia. Y la gente está más metida en esta simulación que en su vida.

E: Pues pa' nosotros sería algo así como la Deep Web o algo más leve, el Tinder, jaja. Pero medio incongruente con el Santi que odia la tecnología y Emiliano que se sabe todo el chisme en la Nevro.

R: Pues, ahí es donde entra lo anticuado en este cómic, porque se resisten a la tecnología, cuando deberían de aceptar los cambios y la nueva forma de vivir. Pero bueno, ustedes todo lo satanizan.

E: No, no, no es que lo satanicemos, sino es que no sabemos cómo...

R: No, es que ustedes no están listos para el progreso real. No quieren asumir los riesgos, tienen que sacrificar las cosas, son unos aferrados de mier...

CORTE A ESTÁTICA.

Finalmente, en concordancia con el arco argumental propuesto, se elaboró un texto situacional para colocarse al inicio del video y que sirviera como herramienta de contextualización para el podcast ficticio y la participación de los Cuatro Antropocénicos en éste. Se decidió utilizar como referencia el uso de tarjetas de texto en documentales del género *true crime*, optando por una presentación dramática y seria de la situación, que contrastara con el tono humorístico y fantasioso de los segmentos de video:

El 1ro de junio del 2025 a las 8:02 AM se registró un acontecimiento sin precedentes en la historia del universo conocido: cuatro personajes de dimensiones distintas aparecieron tomando café en las oficinas de ETIUS.

El Observatorio, en función de su responsabilidad para investigar y comunicar sobre eventos culturales pertinentes, decidió acercarse para llevar a cabo una serie de entrevistas con estos personajes y preguntarles sobre sus intereses.

Las cuatro entrevistas no pudieron completarse debido a varias complicaciones.

Por el interés público, se tomó la decisión de emitir el material recopilado.

Estas son las cintas perdidas de ETIUS Analiza.

Revisión e integración

Una vez que se realizaron los guiones, en clase se hizo una revisión de cada uno de ellos. Durante este proceso, con cada guion uno de los dos escritores tomaba la iniciativa de leer el trabajo en voz alta frente al grupo, mientras compartía algunas de las ideas que habían considerado durante la elaboración, pero que no se incluyeron en la versión final. Este ejercicio no solo permitió conocer el contenido de cada propuesta, sino también comprender las decisiones creativas y discursivas detrás de cada texto.

Al finalizar la lectura de los cuatro guiones propuestos para las entrevistas, todo el grupo de Antropoceno participó activamente en la retroalimentación. De forma colaborativa, discutimos qué aspectos podían mejorarse, qué ideas podían profundizarse y qué elementos era posible agregar para fortalecer cada guion. Este intercambio colectivo fue clave para enriquecer los textos y asegurar que todos tuvieran coherencia, claridad y un enfoque más sólido en los objetivos del proyecto.

Proceso de casting

Al leer los guiones en voz alta durante la revisión de éstos se vio el potencial de algunas voces para el casting de los personajes. Sabíamos que ya teníamos que ir organizando esa parte de las entrevistas así que se tomó en cuenta las voces que habíamos escuchado en la revisión y abrimos las puertas a nuestros compañeros de las otras dos coordinaciones; comunicación política y publicidad. Se realizaron las audiciones para algunos personajes, para otros ya se había llegado a una decisión desde el inicio y quien lo interpretaría.

Grabación de Podcasts

Después de tener seleccionado el cast de cada uno de los Antropocénicos, y haber hecho el proceso de preproducción correspondiente se realizaron las grabaciones de cada uno de los podcasts ficticios. Luis y Diego fueron los encargados de la entrevista de Charlie, Ana Paula para Kris-Iz, Francisco en la de Darwin y Cinthia con Renatx. Esto respondió a que quienes entrevistaran fueran personas que trabajaron en específico en ese guion, de esa manera pudieron

tener el conocimiento ideal acerca de la narrativa correspondiente al personaje, así como el análisis del cómic.

Grabación de voces de personajes

Una vez que se grabaron a los entrevistadores, se realizaron las grabaciones de las voces para los cuatro Antropocénicos. Hernán Muñoz fue el encargado de darle su voz a Charlie, Isidro Serratos a Kris-Iz, Santiago a Darwin y Mariana a Renatx. Cada uno de ellos les prestó su voz a los personajes antes de que los animaran, así para darle una idea a los artistas de como animar sus expresiones gracias a nuestro cast.

Lista de elementos a ilustrar

Basándonos en los guiones terminados de cada video se propone un listado base de expresiones por personaje sobre el cual podemos comenzar a ilustrar los diferentes personajes. Para ello leímos los diálogos de cada personaje proponiendo al final de cada uno detalles necesarios para ilustrar de manera explicativa la expresión y emociones de cada escena. Como resultado obtuvimos los listados completos de expresiones por personaje que acomodamos en una tabla para posteriormente dividir el trabajo entre las tres ilustradoras. Acordamos repartir los personajes acordes a como los habíamos estado trabajando en los guiones: Eugenia ilustra a Renatx y a Charlie, Ana Paula ilustra a Kris Is y Nuria se encarga de ilustrar a Darwin. Se acordó implementar la nomenclatura .0 y .2 al listado para representar los cuadros con la boca cerrada (.0) o boca abierta (.2) para simular el habla del personaje y dar más movilidad a la hora de animar. A lo largo del proceso de animación las ilustradoras tuvieron la libertad de pensar en variaciones a los listados de expresiones originales que ayudaran a expresar mejor la esencia de los personajes, a continuación, se presentan las listas originales, así como la tabla de expresiones:

CHARLIE

- 1.0 Hablando normal, boca abierta
- 1.2 Hablando normal boca cerrada
- 2.0 Hablando con los antebrazos sobre la mesa (explicativo)
- 2.2 Hablando con los antebrazos sobre la mesa (explicativo)
- 3.0 Hablando expresión molesta (cejas)

- 3.2 Hablando expresión molesta (cejas)
- 4.0 Hablando con una mano arriba señalando al techo
- 4.2 Hablando con una mano arriba señalando al techo
- 5.0 Hablando con expresión amigable (cejas)
- 5.2 Hablando con expresión amigable (cejas)
- 6.0 Hablando sonriente (boca abierta)
- 6.2 Hablando sonriente (boca cerrada)
- 7.0 Parado con una bandera
- 7.2 Parado moviendo la bandera

DARWIN

- 1.0 Hablando sonriente, ojos entrecerrados saludando
- 1.2 Hablando sonriente, ojos entrecerrados saludando
- 2.0 Hablando sonriente con el antebrazo sobre la mesa indicando hacia arriba (nerd)
- 2.2 Hablando sonriente con el antebrazo sobre la mesa indicando hacia arriba (nerd)
- 3.0 Hablando serio con las cejas sorprendidas
- 3.2 Hablando serio con las cejas sorprendidas
- 4.0 Hablando serio con los antebrazos sobre la mesa (explicativo)
- 4.2 Hablando serio con los antebrazos sobre la mesa (explicativo)
- 5.0 Hablando serio con el antebrazo sobre la mesa señalando al techo (nerd)
- 5.2 Hablando serio con el antebrazo sobre la mesa señalando al techo (nerd)

RENATX

- 1.0 Hablando normal (boca abierta)
- 1.2 Hablando normal (boca cerrada)
- 2.0 Hablando normal, mostrando su brazo
- 2.2 Hablando normal, mostrando su brazo
- 3.0 Hablando, señala su brazo mecánico
- 3.2 Hablando, señala su brazo mecánico
- 4.0 Hablando, sonriendo (cejas y boca)

- 4.2 Hablando, sonriendo (cejas y boca)
- 5.0 Hablando, despectivo con la mano y cejas
- 5.2 Hablando, despectivo con la mano y cejas
- 6.0 Holograma
- 6.2 Holograma
- 7.0 Hablando normal, cejas y boca enojada, ojo rojo
- 7.2 Hablando normal, cejas y boca enojada, ojo rojo
- 8.0 Gesto despectivo, cejas
- 8.2 Gesto despectivo, cejas
- 9.0 Parada, manos sobre la mesa, vuelan los jellybeans, ojo rojo más brillante
- 9.2 Parada, manos sobre la mesa, vuelan los jellybeans, ojo rojo más brillante

KRIS-IZ

- 1.0 Habla Normal, ve locutora, ve a un lado
- 1.2 Habla Normal, ve locutora, ve a un lado
- 1.2.0 Serix, levanta una ceja
- 1.2.2 Serix, levanta una ceja
- 2.0 Habla Serix, ve a locutor, ladea la cabeza y ve a otro lado
- 2.2 Habla Serix, ve a locutor, ladea la cabeza y ve a otro lado
- 3.0 Cejas fruncidas, levanta mano, hace comillas con la mano y ladea cabeza
- 3.2 Cejas fruncidas, levanta mano, hace comillas con la mano y ladea cabeza
- 4.0 Un poco enojado, ve locutora, señala su pecho
- 4.2 Un poco enojado, ve locutora, señala su pecho
- 4.2.0 Calmade, se enoja
- 4.2.2 Calmade, se enoja
- 5.0 Estupefacto, levanta una ceja
- 5.2 Estupefacto, levanta una ceja
- 6.2 Enojado, alza mano

	Renatx	Darwin	Charlie	Kris-Iz
Expresión	1.0 Hablando normal (boca abierta)	1.0 Hablando sonriente, ojos entrecerrados saludando	1.0 Hablando normal, boca abierta	1.0 Habla Normal, ve locutora, ve a un lado
	1.2 Hablando normal (boca cerrada)	1.2 Hablando sonriente, ojos entrecerrados saludando	1.2 Hablando normal boca cerrada	1.2 Habla Normal, ve locutora, ve a un lado
	4.0 Hablando, sonriendo (cejas y boca)	3.0 Hablando serio con las cejas sorprendidas	3.0 Hablando expresión molesta (cejas)	1.2.0 Serix, levanta una ceja
	4.2 Hablando, sonriendo (cejas y boca)	3.2 Hablando serio con las cejas sorprendidas	3.2 Hablando expresión molesta (cejas)	1.2.2 Serix, levanta una ceja
	5.0 Hablando, despectivo con la mano y cejas		5.0 Hablando con expresión amigable (cejas)	2.0 Habla Serix, ve a locutor, ladea la cabeza y ve a otro lado
	5.2 Hablando, despectivo con la mano y cejas		5.2 Hablando con expresión amigable (cejas)	2.2 Habla Serix, ve a locutor, ladea la cabeza y ve a otro lado
	7.0 Hablando normal, cejas y boca enojada, ojo rojo		6.0 Hablando sonriente (boca abierta)	4.2.0 Calmade, se enoja
	7.2 Hablando normal, cejas y		6.2 Hablando sonriente (boca cerrada)	4.2.2 Calmade, se enoja
				5.0 Estupefactx, levanta una ceja

	boca enojada, ojo rojo			5.2 Estupefacto, levanta una ceja
	8.0 Gesto despectivo, cejas			
	8.2 Gesto despectivo, cejas			
Brazos	2.0 Hablando normal, mostrando su brazo	2.0 Hablando sonriente con el antebrazo sobre la mesa indicando hacia arriba (nerd)	2.0 Hablando con los ante- brazos sobre la mesa (explicativo)	3.0 Cejas fruncidas, levanta mano, hace comillas con la mano y ladea cabeza
	2.2 Hablando normal, mostrando su brazo	2.2 Hablando sonriente con el antebrazo sobre la mesa indicando hacia arriba (nerd)	2.2 Hablando con los ante- brazos sobre la mesa (explicativo)	3.2 Cejas fruncidas, levanta mano, hace comillas con la mano y ladea cabeza
	3.0 Hablando, señala su brazo mecánico	4.0 Hablando serio con los antebrazos sobre la mesa (explicativo)	4.0 Hablando con una mano arriba señalando al techo	4.0 Un poco enojado, ve locutora, señala su pecho
	3.2 Hablando, señala su brazo mecánico	4.2 Hablando serio con los antebrazos sobre	4.2 Hablando con una mano arriba señalando al techo	4.2 Un poco enojado, ve locutora, señala su pecho

		la mesa (explicativo) 5.0 Hablando serio con el antebrazo sobre la mesa señalando al techo (nerd) 5.2 Hablando serio con el antebrazo sobre la mesa señalando al techo (nerd)		6.2 Enojade, alza mano
Otros	6.0 Holograma 6.2 Holograma 9.0 Parada, manos sobre la mesa, vuelan los jellybeans, ojo rojo más brillante 9.2 Parada, manos sobre la mesa, vuelan los jellybeans, ojo rojo más brillante		7.0 <i>Parado con una bandera</i> 7.2 <i>Parado moviendo la bandera</i>	

Tabla 1. Lista de expresiones e ilustraciones de personajes.

Ilustraciones

Personaje: Darwin (Narrativa Naturalista)

Ilustradora: Nuria M.

Programa: Adobe Ilustrador

Durante el proceso de conformación de los cuadros se trabajó con dos perspectivas distintas un cuadro más cerrado en el cual se enfocaba en centrar el personaje y un cuadro general en dónde se veían todos los participantes, tanto las animaciones como los locutores del podcast. En este mismo proceso resultó una valiosa herramienta el separar cada elemento de la composición del personaje en capas para así eficientizar la reproducción de imágenes, alineando los elementos de manera que al juntarlos en formato de video se logre uniformidad al mismo tiempo movimiento que de mayor realismo a la animación.

Se tomó la decisión de repensar el estilo de ilustración de este personaje en específico, a comparación de la propuesta lograda el semestre anterior, con la finalidad de lograr una apariencia más nítida que logre enfatizar la identidad del personaje, inspirándonos en el estilo de caricaturas retro, algunos personajes infantiles se construyó el resultado. Así mismo, se utilizó el programa de Ilustrador como herramienta para producir los cuadros a animar ya que al ser en vectores se obtiene un resultado más limpio al exportarse y configurar los ajustes de resolución.



Figura 47. Comparación propuesta de personaje P2025 vs. Periodo actual.



Figura 48. Referencias de inspiración diseño de personaje.

En el caso de Darwin en específico se utilizaron 12 capas distintas: Primero en la capa “numeración” se indica el cuadro que se está trabajando con respecto a la lista de expresiones previamente presentada. En la capa “mesas” se agrupan tanto las mesas del estudio como los elementos que se presentan delante del personaje que durante la animación funcionaran como marionetas que cuadren al personaje en el lugar correcto de la perspectiva de la escena. La capa de bocas se separó para poder cambiar la expresión o mover la posición de manera más eficiente. En el apartado de cejas se incluyen elementos como el marco de los lentes para dar fácil acceso a editar los componentes de los ojos sin la necesidad de desacomodar los elementos superiores. Al ocultar o mostrar la capa de párpados se presenta el personaje con los ojos abiertos o cerrados a la hora de exportar las mesas de trabajo. Se trabajaron las capas de mirada para facilitar el

movimiento de las pupilas del personaje, tanto mirada a la cámara como mirada al locutor se interponen por lo que solo una debe estar activa a la hora de exportar. La capa de brazos se trabajó por separado de la capa de personaje (la cual incluye el torso del personaje) para lograr un efecto más realista en el sombreado. La capa de piernas solo es visible en el cuadro general ya que en la perspectiva cerrada no se puede visualizar la parte inferior de la mesa.

Por último, se trabajó la capa de fondo para poder exportar los pngs con y sin fondo y facilitar el trabajo del animador durante los clips en

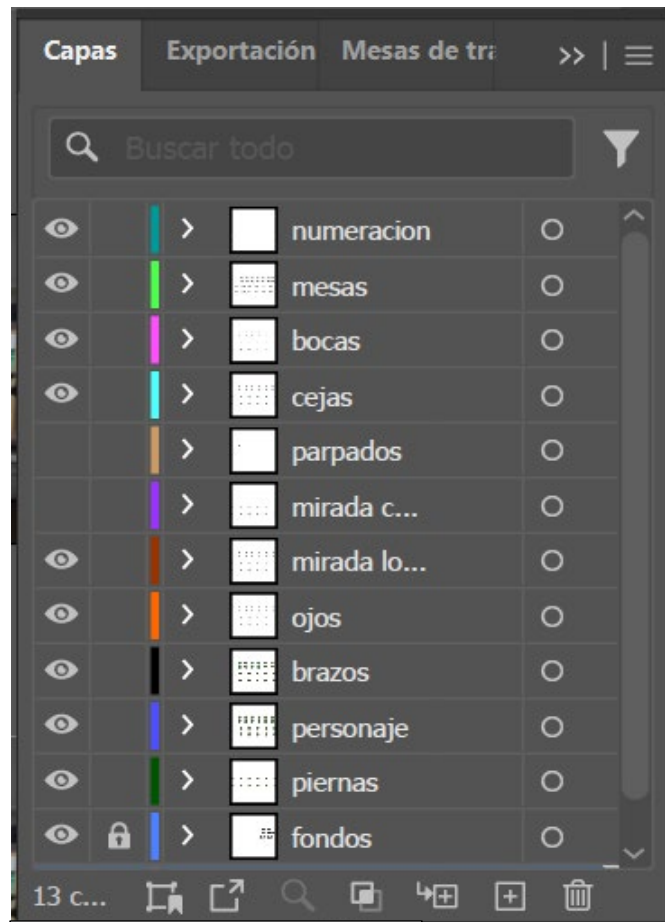


Figura 49. Configuración de capas

perspectiva general. La exportación se realizó en PNG ya que de esta manera se conserva la nitidez de los vectores, por esta misma razón se seleccionó el nivel de resolución máxima disponible en el programa. Finalmente se incluyó el archivo editable en ilustrador en la carpeta de entregables, de esta manera se podrá utilizar el personaje en futuros proyectos y semestres conservando la misma identidad.



Figura 50. Mesas de trabajo en el archivo de Illustrator.

Personaje: Kris-Iz (Narrativa Eco-Catastrofista)

Ilustradora: Ana Pau Cadena

Programa: Ibis Paint

Como se mencionó anteriormente, se decidió que cada personaje tendría un estilo de ilustración diferente a la propuesta lograda el semestre anterior, y en caso de Kris-Iz se buscó que visualmente se viera más “sucio” la ilustración, sacando provecho en las sombras y luces para dar textura, junto con líneas de trazo sutiles desfazadas para asimilar la noción de no haber borrado por completo el dibujo de borrador y un fondo con textura de cartón que sigue la silueta del personaje. Esto con la finalidad de lograr una apariencia más áspera al relacionarla a la narrativa “Eco-Catastrofista” y el pesimismo de Kris-Iz. Se utilizó el programa de Ibis Paint para crear los cuadros a animar ya que en este programa se trabaja con pixeles, buscando evitar la nitidez que implica trabajar con vectores.

En el caso de Kris-Iz se sacó provecho de la gran cantidad de capas que el programa deja crear en un lienzo para tener todas las variaciones de poses, expresiones y color en un mismo lugar, aprovechando esto al momento de verificar que se hizo o hacer variaciones en un cuadro. Para un encuadre donde sólo está Kris-Iz (el single) se trabajó con 3 capas en forma de carpetas principales y 2 capas comunes. La capa de “borrador poses” se usó para trazar las distintas posiciones sin peligrar de modificar o borrar elementos que ya habían quedado; por ejemplo, la pose de Kris-Iz en un cuadro pasa de tener la cabeza derecha a tener la cabeza inclinada a un lado. Mientras que la capa ”1” se usó para colocar la fotografía del espacio de fondo del cuadro.

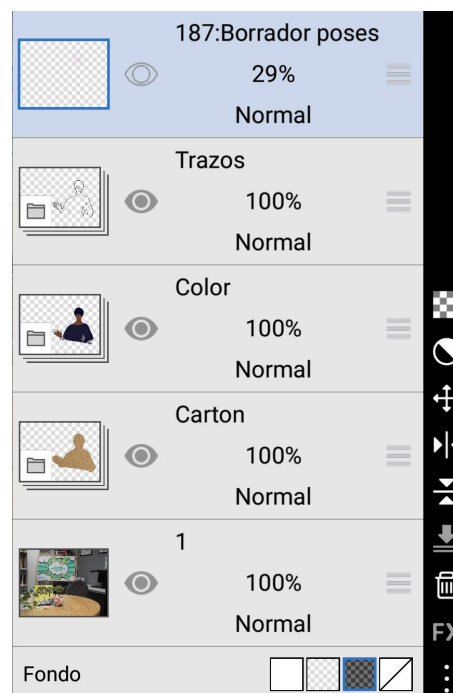
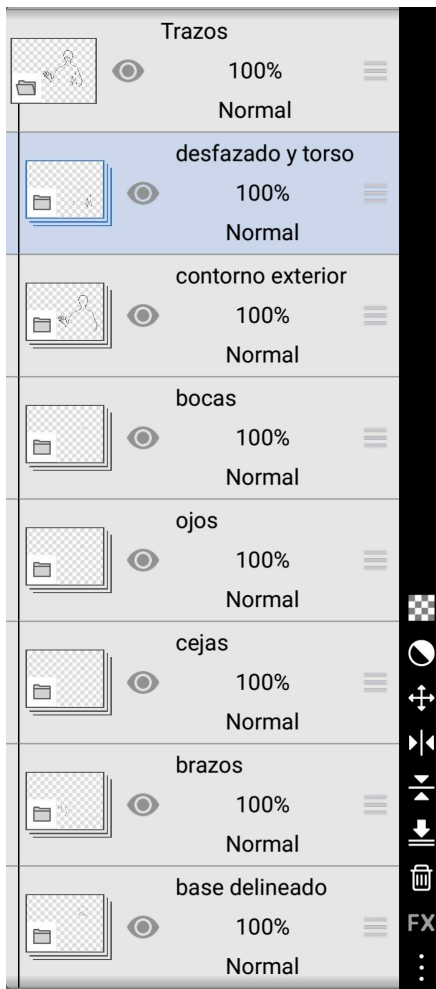


Figura 5. Capas/carpetas principales de Kris-Iz



La carpeta de “Trazos” se conformó, como su nombre lo dice, de todos los trazos o delineados que el personaje tiene, con sus propias carpetas y capas internas para tener los elementos separados. Para tener un estilo similar al de un comic se decidió hacer el contorno del personaje más grueso que los trazos internos del personaje, y tomando en cuenta el cambio de posiciones se creó una carpeta que tiene todos estos contornos. Similarmente, debido al cambio de expresiones, se creó la carpeta de “bocas” con dos sub-carpetas: bocas cerradas y bocas abiertas, cada una con al menos 5 variaciones para utilizar según lo que se buscaba en el cuadro; esto mismo sucedió con la capa de “ojos” y “cejas”. Se creó, además, el rasgado de la playera (en la capeta de “desfazado y torso”), los brazos y manos (en la carpeta de “brazos”), el cabello y el resto del rostro (en la carpeta de “base delineado”). Todas estas carpetas se crearon para poder simplemente apagar y prender las capas y hacer distintas combinaciones de expresiones y poses.

Figura 51. Carpeta “Trazos” de Kris-Iz

De igual manera, la carpeta de “Color” se conformó de sus propias carpetas y capas de acuerdo con los diferentes elementos. Iniciando con la capa de “torso”, en esta se aisló la playera, las mangas y el rasgado de la playera en distintas carpetas, cada una con subcarpetas dividiendo el color base, las sombras y las luces. Se siguió con la capa de “pircing”, está siendo la excepción en que no existen variaciones en distintas capas, debido al tamaño y tomando que la única modificación que tuvo en todos los cuadros fue la de posición, se decidió simplemente mover la posición en esa misma capa cada que Kris- Iz moviera la cabeza de lugar. A esta capa le siguieron las carpetas de “cejas”, “boca” y “ojos”, las cuales tuvieron variaciones de posición y, en el caso de la boca debido a que en unas se mostraba la lengua y en otras no, de color;. Por último, en las capas de “piel” y “cabello” sucedió lo mismo que en el torso y la creación de subcarpetas.

Figura 7. Carpeta “Color” de Kris-Iz

Las diferentes carpetas mencionadas se crearon para poder modificar, mover o eliminar un elemento sin afectar a otro, sobre todo tomando en cuenta que el efecto de “suciedad” de las sombras y las luces se lograron con un tamaño de un borrador pasando los 100.px de tamaño que, si se manejaba en una sola capa, alcanzaba a modificar la apariencia de las otras sombras o luces. Este borrador funcionó trazando un color sólido con un pincel duro en el área que se quería, pasando el borrador por las orillas para quitar su dureza y lograr este efecto de “suciedad”

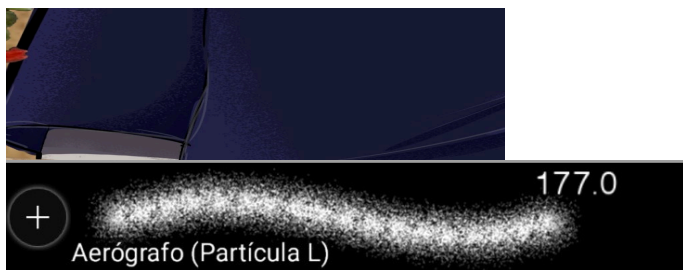
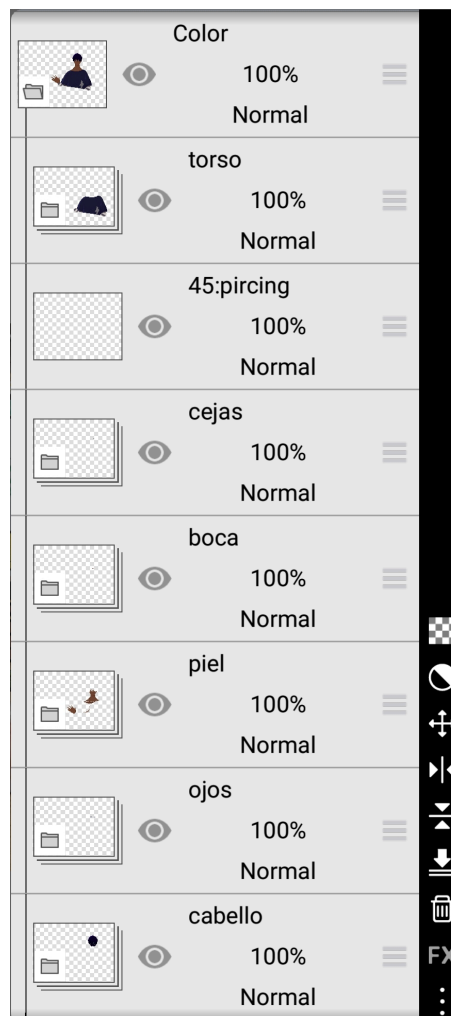


Figura 52. Borrador sombras y luces Kris-Iz

Finalmente, la carpeta de “Cartón”, consistió en utilizar un pincel de pluma (fuerte) con la herramienta de dibujo “Polilínea” que Ibis Paint ofrece para hacer un fondo brusco en sus líneas que siguió la silueta del personaje. Se siguió agregando una capa con la textura del cartón y haciendo un recorte con la capa del fondo para que la textura mantuviera la silueta que se hizo. Por último, se duplico la capa de la silueta, se le invirtió el color y se le aplicó un efecto de “Difuminado gaussiano” para dar este efecto de profundidad con el cuadro en general. Se crearon varias variaciones de las capas con textura y el efecto gaussiano ya que su silueta cambiaba conforme se movía.

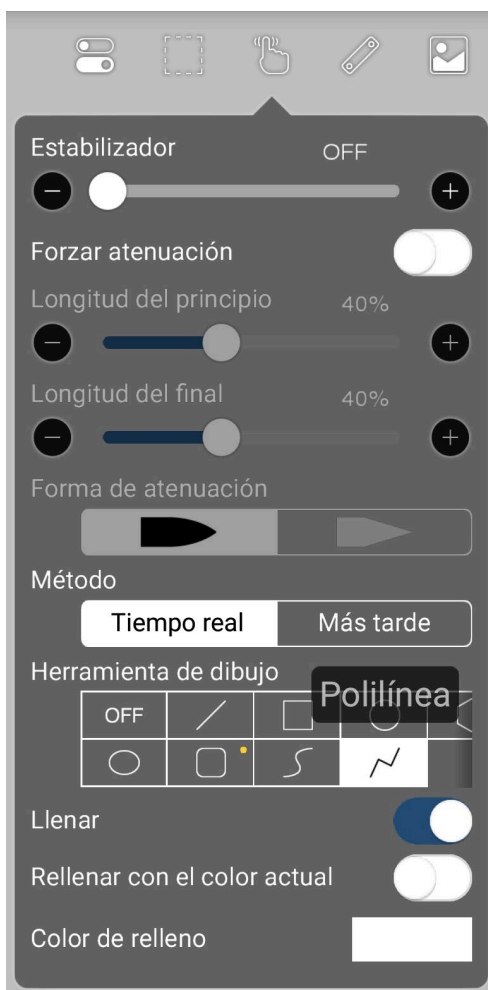


Figura 53. Herramienta de pluma para fondo cartón

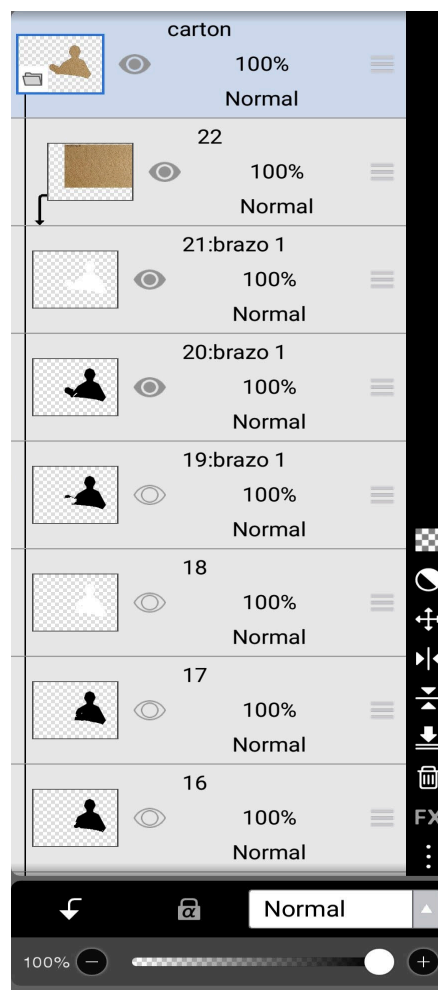


Figura 54. Carpeta “cartón” de Kris-Iz

Se numeraron los cuadros y se colocaron es su respectivo número de acuerdo con la lista de expresiones y se descargaron como png's. Al mismo tiempo, con el propósito de comprobar que la diferencia de cada cuadro funcionara con los diálogos del personaje, se crearon pequeños videos Ibis Paint, en un nuevo lienzo de menor calidad y más acercamiento a Kris-Iz. Se fueron

colocando los cuadros probando cómo podrían ser ordenados, comprobando que funcionaban y creando una propuesta del acomodo, esta propuesta fue subida para el editor encargado de la animación e integración de los cuadros ilustrados por si le pudiera llegar a ser útil.

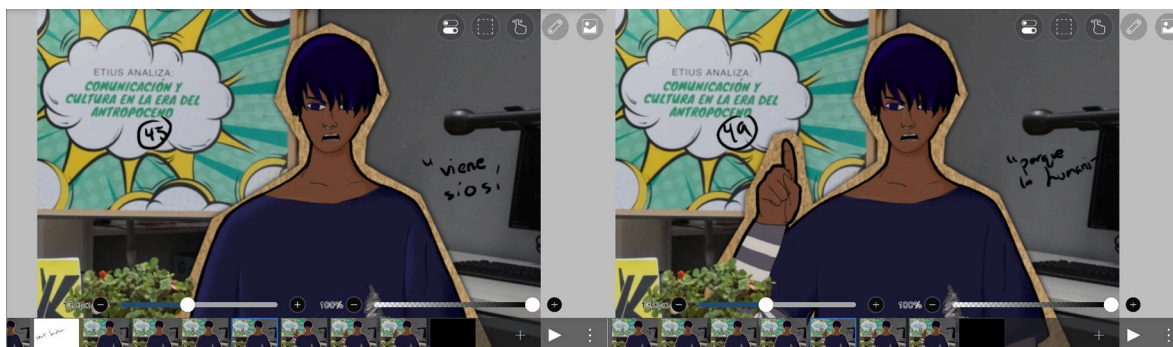


Figura 55. Propuestas de marco.

Para el plano general, donde aparece Kris-Iz y la locutora, se reciclaron posiciones y expresiones hechas en el single y para esto se integró momentaneamente la carpeta de “Color” en la carpeta de “Trazos” con distintas variaciones de Kris-Iz para poder descargar esta última como un png transparente, apagando la capa “1”. La carpeta de “Carton” también se descargó pero esta sin integrarla a la carpeta de “Trazos”, esto con el propósito de poder modificar el fondo de cartón tomando en cuenta que en el plano general, por el encuadre, se verían las piernas de Kris-Iz, y por ende, la silueta cambiaría. Una vez descargadas se creó un lienzo de 1920x1080px de tamaño menor, a diferencia del single que era de 6000x4000px para concordar con el video live action que se grabó, y se colocaron los distintos png’s, agrupando los números de los cuadros de acuerdo con su número perteneciente en la lista de expresiones; se colocó, además una captura de pantalla del video para tener el fondo y una base para las proporciones.

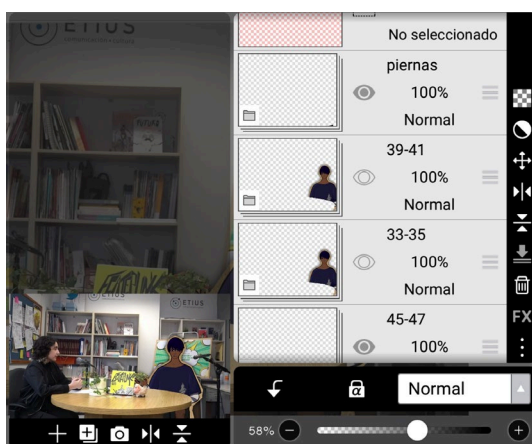


Figura 56. Capas del lienzo del Plano General de Kris-Iz

Los png's que se descargaron con las posiciones y las expresiones, junto con los del cartón, se ajustaron al cambio de perspectiva que tenía el plano general comparándolo con el single. Una vez ajustado este valor se ilustró la parte faltante de las piernas de Kris-Iz donde se supone deberían estar debajo de la mesa. Seguido de esto se ajustó el fondo de cartón para que abarcara la nueva silueta al ser agregadas las piernas, se apagó la capa del fondo y se descargaron los diferentes cuadros que resultaron.

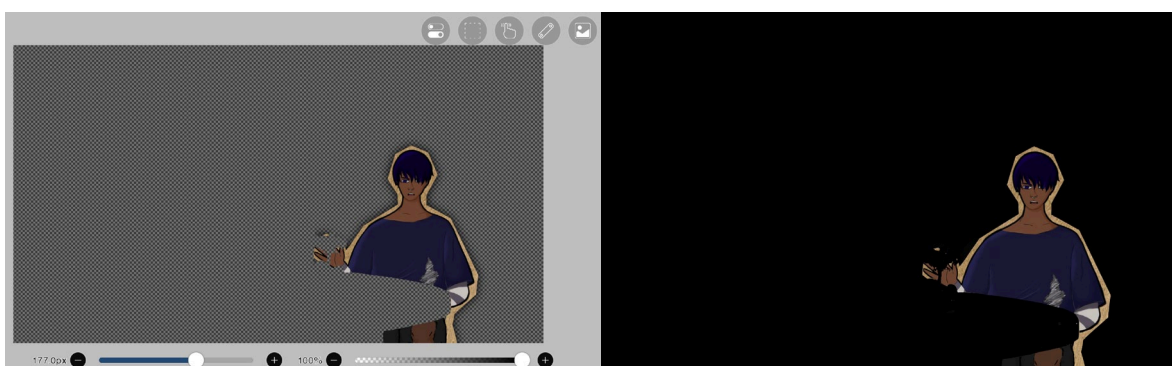


Figura 57 Composición y resultado de ilustraciones del Plano General de Kris-Iz

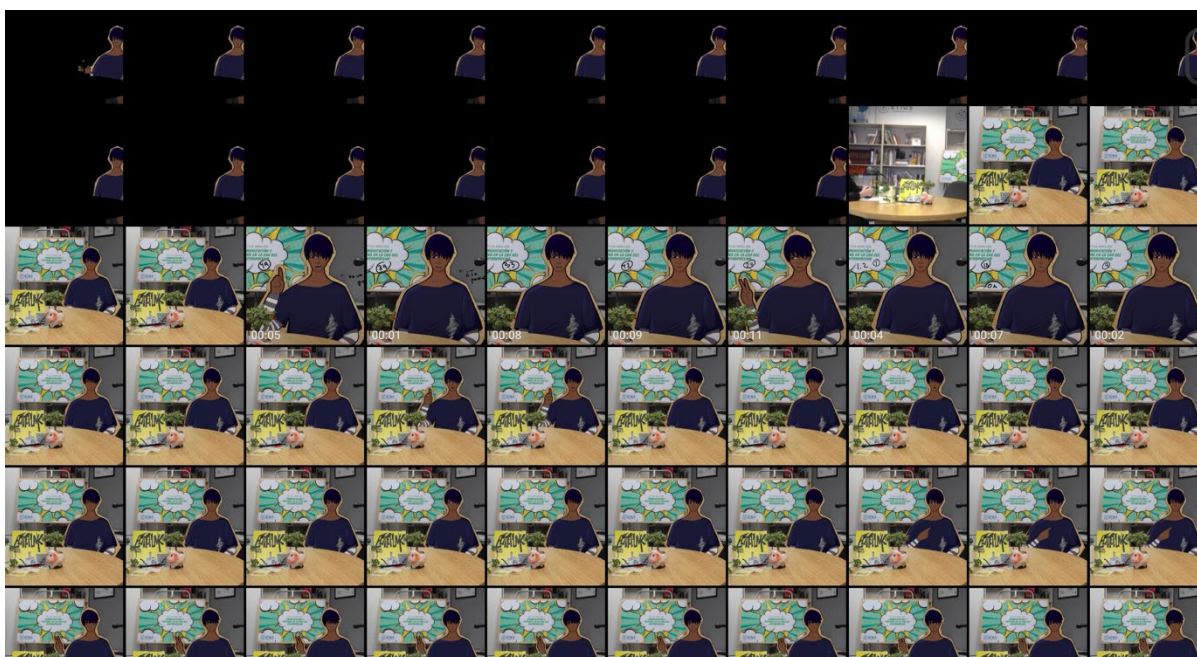


Figura 58. Resultado de cuadros de Kris-Iz

Personaje: Renatx (Narrativa post-naturalista)

Ilustradora: Eugenia Osorno

Programa: Procreate

El proceso de ilustración de Renatx de entrada fue complicado debido a las limitaciones del programa para manejar lienzos con el tamaño equivalente a la resolución del video en el plano single (6000x4000px) que sólo permitió que se trabajase con 7 capas (incluyendo el fondo).

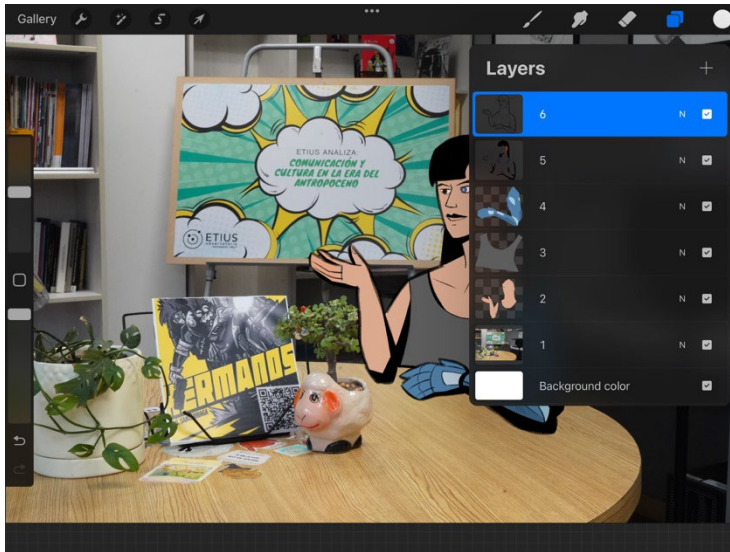


Figura 59. Capas de plano single

Aun así, se decidió trabajar con este tamaño para que la ilustración quede limpia y no se pierda la resolución. De entrada, se tomó como referencia la ficha del personaje existente de programas anteriores, aunque se hicieron pequeños cambios en el diseño, principalmente el brazo mecánico del personaje, el cual se cambió de lado para que fuera más visible y no quede tapado por los props. También se tomó como referencia el estilo del cómic a analizar en el segmento, que utiliza contornos más gruesos que el resto de la ilustración, muchas líneas rectas y sombras duras y angulares.

Teniendo ya un estilo definido, se empezó boceteando directamente sobre la imagen de la escena del podcast, en un plano cercano (single). Se hicieron imágenes individuales de cada posición notable, así como posiciones neutrales para cuando el personaje está escuchando al locutor.

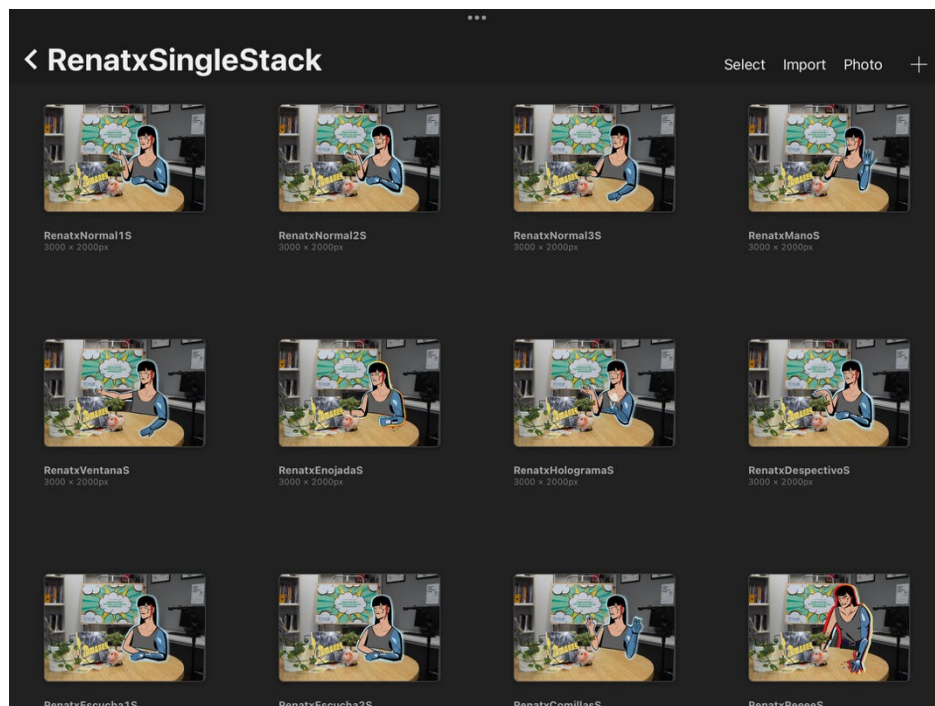
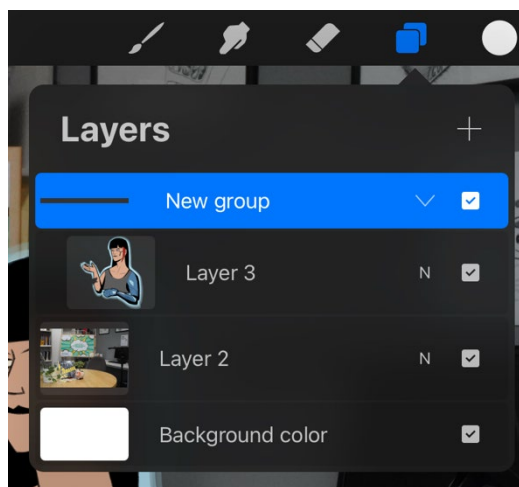
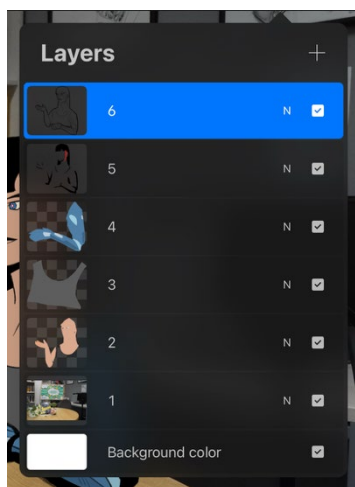


Figura 60. "Stack" de ReNatx

Estas imágenes se nombraron y numeraron de forma organizada y consistente con el guión para facilitar el posicionamiento de la imagen en la sección del video apropiada.

Para sobrellevar las dificultades que sugieron por la falta de capas en el lienzo se trabajó en varias piezas distintas, una con capas de boceto, color y borde separadas para tener acceso a esos bocetos y poderlos reutilizar, y otra con las capas combinadas para hacer cambios y ediciones finales. Esto fue con el objetivo de evitar sobrecargar el dispositivo.



Figuras 61 y 62. Lienzos y capas

Para facilitar el proceso se utilizaron “stacks”, o carpetas que el programa permite crear para organizar los diferentes lienzos.

Para el plano general, se utilizaron las mismas imágenes, pero con ciertos ajustes para tomar en cuenta las diferencias en la perspectiva. Una vez enviadas las imágenes finales, se recibió retroalimentación y se hicieron ajustes. El set el podcast tenía props decoraciones que tapan partes del personaje, por lo cual fue necesario hacer una selección y recorte de la mesa y los props que se colocó en una capa superior para que tape las partes necesarias.

Para facilitar la animación de la boca y expresiones, se realizaron imágenes individuales de la boca y los ojos del personaje en ambos planos que se podían posicionar sobre la imagen completa para dar la impresión de que el personaje está hablando, en formato png.

Para el plano general, se utilizó un lienzo más pequeño con las proporciones adecuadas a la toma. Durante este proceso, se decidió también pasar las capas del plano single a un lienzo también reducido de 6000x4000px a 3000x2000px, lo cual resolvió el problema de las capas. En este plano fue necesario realizar ajustes menores a la ilustración.

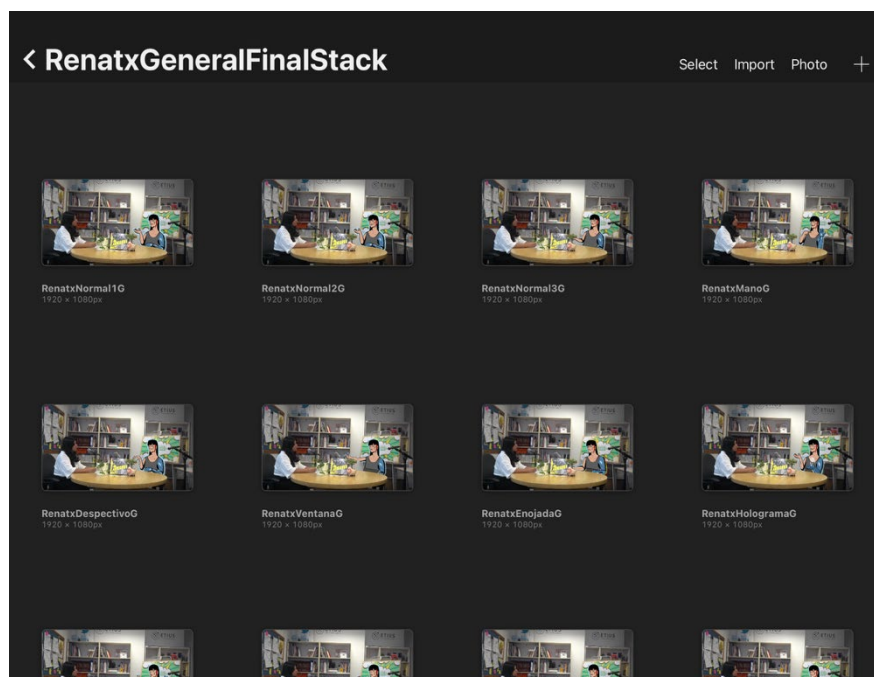


Figura 63. “stack” de plano general

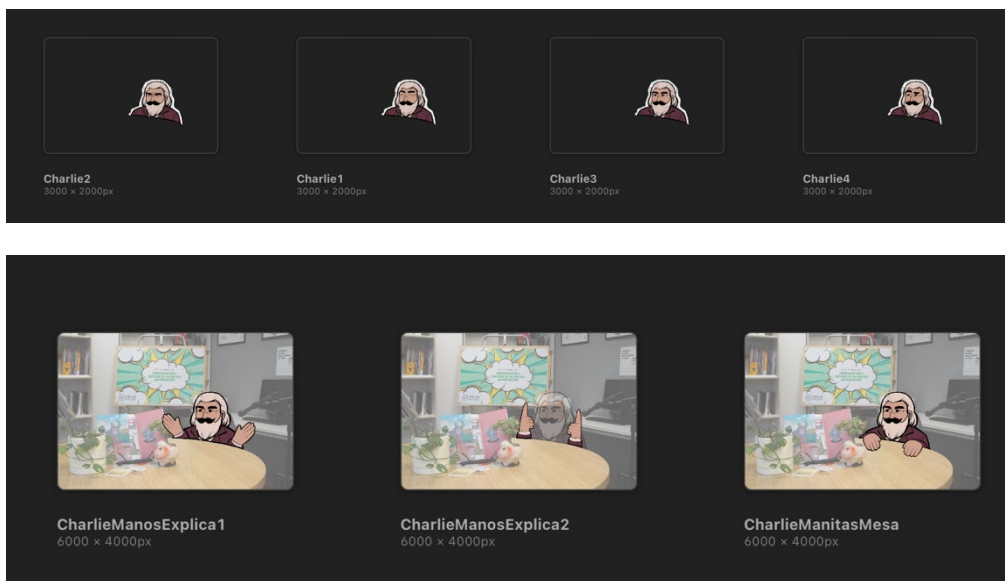
Personaje: Charlie (Narrativa eco-marxista)

Ilustradora: Eugenia Osorno

Programa: Procreate

El proceso de ilustración de Charlie fue similar al de Renatx, pero con algunas diferencias. Para Charlie se trabajó un estilo tomando inspiración de carteles de promoción soviética, pero con proporciones tipo “chibi” como gag visual sobre su estatura. El borde del personaje buscó imitar textura de periódico, dado que, al personaje, según su ficha, le gustan las caricaturas políticas.

Este personaje en un principio también se trabajó en un lienzo grande que luego se redujo, dado que las piezas de Charlie estaban presentando más problemas técnicos que cerraban la aplicación de manera forzosa. Para Charlie, en lugar de dibujar poses individuales, se trabajó con varias capas, una con la cabeza y los hombros, y capas individuales con diferentes posiciones de manos y expresiones que se combinaron de distintas maneras, utilizando la herramienta de copiar y pegar capas enteras.



Figuras 64 y 65. Lienzos y capas

Para el plano general, fue necesario hacerle varios ajustes debido a un error que se cometió al momento de tomar la imagen de referencia del set. Para este plano se cambió

ligeramente el ángulo de la imagen y se agregó parte del cuerpo y las piernas visibles por debajo de la mesa.

Animación de personajes e integración a la grabación

Después de contar con las ilustraciones terminadas de los 4 antropocénicos, se realizó el proceso de animación e integración de los personajes en las grabaciones de los podcasts. Se utilizó Adobe Premiere Pro 2024, programa en el cual las ilustraciones fueron colocadas de manera secuenciada para coincidir con las grabaciones y que el efecto de que los personajes se encontraban ahí fuera efectivo. Para los personajes de Charlie y Renatx también se utilizó el programa After Effects 2024, en el cual se les agregó un efecto que pudiera dotar de vida y personalidad a cada uno. Dependiendo el personaje y el momento del podcast, las ilustraciones debían responder a los diálogos y a la interacción con los entrevistadores, esto responde al poder generar un hilo narrativo donde mediante el análisis de los cómics, las narrativas del antropoceno fueran llevadas a su extremo más radical.

CÓMICS ZMG: Aproximación a la comunidad mediante la web

Como uno de los objetivos planteados en el programa de investigación para el periodo de Verano 2025, se estresó la necesidad de generar una salida pública para la información de creadores y artistas trabajando en la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG), recolectada durante semestres anteriores en la forma de una base de datos.

Tomando en cuenta que dicha información se encontraba recopilada de forma estandarizada en un archivo de trabajo de Excel, se determinó la posibilidad de utilizar otros medios creativos, como una página web o alguna otra herramienta de carácter gráfico y con mayores posibilidades de interacción, para desglosar a un público interesado los hallazgos de la base de datos. Bajo esta premisa, los miembros del equipo Luis y Diego tomaron la iniciativa para comenzar el desarrollo de un sitio web cuya funcionalidad se asemejara a la de un directorio en línea, similar a otras páginas como IMDB (*Internet Movie Database*), dedicada exclusivamente a fungir como portal de conexión entre el público y los individuos, eventos y espacios relacionados con la escena local del cómic en la ZMG.

Programa, Categorización y Diseño

La primera cuestión para resolver en cuanto a la creación de un sitio web sobre el cómic en la ZMG fue la del soporte; es decir, en qué plataforma se llevaría a cabo el diseño de la página. Se consideraron diversas opciones, entre ellas WordPress, pero finalmente se decidió utilizar la plataforma gratuita Google Sites como primer acercamiento, debido a cuestiones de accesibilidad y facilidad de uso, brindando un mayor control a los miembros del equipo sobre el desarrollo del sitio y permitiendo un manejo más inmediato de la identidad gráfica y su contenido.

Por otro lado, se llevó a cabo una nueva sistematización de la información recopilada en la base de datos para trasladarla de una manera más amigable para el usuario y fuera de fácil acceso en la página web.

En el archivo de Excel, las 109 entradas de la base de datos se encuentran divididas en las siguientes categorías: *Centro cultural, colectivo, distribución, editorial, imprenta, evento, gestión cultural, punto de venta, espacio formativo, autor y académico*. Para el sitio web, se optó por combinar y reducir el número de categorías, terminando con tres subpáginas de acceso para el usuario:

- *Artistas*
- *Colectivos y Editoriales*
- *Eventos y Espacios*

Además, se añadió una subpágina dedicada al *mapeo* digital de la escena del cómic local en la ZMG que se desarrolló en el semestre de Primavera 2025. Aunado a esto, se decidió agregar dos subpáginas al sitio, una dedicada al programa de investigación y otra a información general sobre ETIUS y las labores que se desempeñan en el Observatorio.

Una vez determinadas las categorizaciones de la información, así como las subpáginas que se iban a presentar en el sitio web, se procedió con el desarrollo del diseño gráfico de la página. Se utilizó una plantilla predeterminada del diseñador de Google Sites con el tema “*Vision*”, modificado con una paleta de colores más adecuada para la identidad visual del Observatorio; asimismo, se agregó el logo de ETIUS en el encabezado del sitio web.

Se decidió usar imágenes con estilos relacionados al cómic o a la ilustración, acentuando el tema del programa de investigación y del sitio web, siempre buscando la claridad y el dinamismo visual para procurar una experiencia atrayente para un espectador general. Finalmente, siguiendo la misma lógica sobre claridad y sencillez para la experiencia de usuario, se nombró a la página web CÓMICS ZMG.

A continuación, se presenta el diseño preliminar del sitio web, desglosado y organizado por páginas y subpáginas, contando con explicaciones sobre el contenido y la funcionalidad de cada pestaña específica.

Para ver la página en su totalidad e interactuar con una versión preliminar de ésta, visita el siguiente vínculo:
<https://sites.google.com/view/comicszmg/inicio?authuser=0>

Página principal

La página principal del sitio web, también denominada como “Inicio”, sirve como breve introducción al propósito del proyecto en general y su origen desde el programa de investigación *Comunicación y cultura en la era del Antropoceno* del Observatorio ETIUS del ITESO.



Figura 66. Borrador de página de inicio

La página cuenta con una barra de búsqueda en la parte del superior, la cual, a su vez, cuenta con hipervínculos para las subpáginas en las que se divide el sitio. Al mismo tiempo, en la parte inferior de la página, existen hipervínculos de mayor tamaño y con recursos visuales/textuales ilustrando cada una de las categorías a las cuales el usuario puede acceder para conocer un poco más sobre la escena local del cómic en la ZMG:

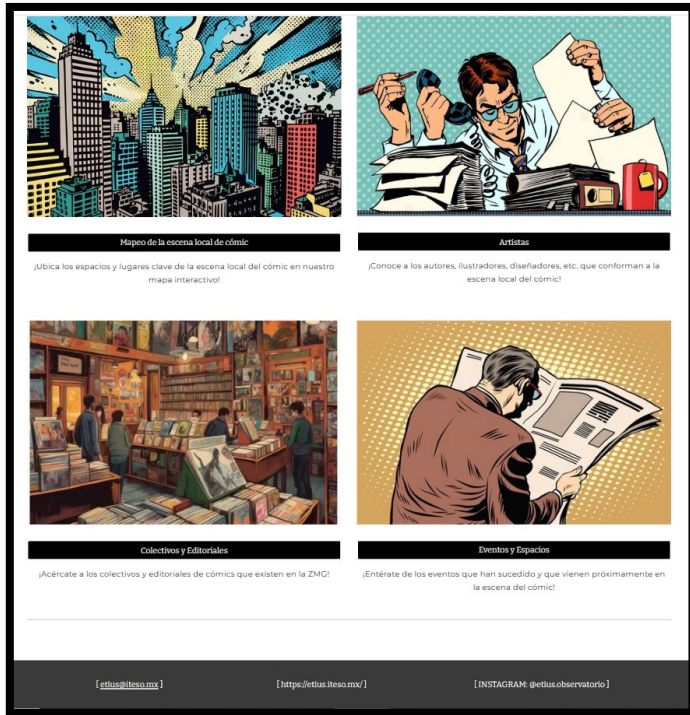


Figura 67. Navegación en sitio web

Finalmente, los datos de contacto del Observatorio en forma de email, Instagram y sitio web se proporcionan al pie de la página.

Subpágina (Eventos y Espacios)

Si el usuario da click en una de las categorías, ya sea en la barra superior o en la parte inferior de la página de Inicio, se le redirige a una subpágina del sitio web donde podrá explorar dicha categoría más a fondo. Como puede verse en la imagen, esta subpágina cuenta con un encabezado de categoría y una breve descripción sobre el tipo de información que encontrará el usuario ahí; importante, encontrará las entradas respectivas de la base de datos organizadas en filas de tres, cada una con su nombre, fotografía e información de contacto disponible:

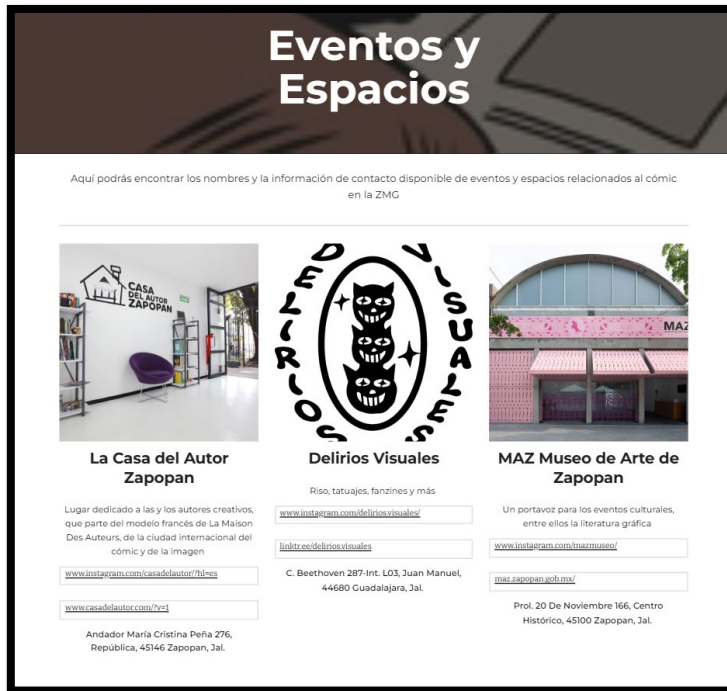


Figura 68. Subpáginas

Este diseño aplica y busca estandarizarse para las demás subpáginas, relacionadas con *Aristas* y con *Colectivos y Editoriales*.

Mapeo

A su vez, la barra superior o la parte inferior de la página de Inicio cuenta con un hipervínculo a la subpágina de “Mapeo”, donde se explica el ejercicio de mapeo digital de los espacios de la escena de cómic local de la ZMG llevado a cabo en el semestre de Primavera 2025.



Figura 69. Mapeo

El link proporcionado en esta página, en forma de recuadro verde, te redirige a la página de ArcGIS donde se desarrolló el mapa y en donde el usuario puede intervenir de manera más interactiva con el mapa virtual.

Sobre el programa

Por otro lado, el sitio web cuenta con una subpágina dedicada a proveer contexto al usuario sobre el programa de investigación de *Comunicación y cultura en la era del Antropoceno* y las circunstancias que llevaron a la creación de la página web. Dicha subpágina es igualmente accesible desde la página de Inicio.



Figura 70. Sobre el programa

En la parte inferior de esta página, se cuenta con un hipervínculo a un episodio de ETIUS Analiza, el podcast del Observatorio, hecho en el marco del programa de investigación y relacionado con la escena local del cómic en Guadalajara.

Sobre ETIUS

Finalmente, el sitio web cuenta con una subpágina, igualmente accesible desde la página de Inicio, la cual busca proveer contexto sobre el Observatorio ETIUS en general y las labores que se desempeñan dentro de éste:



Figura 71. Sobre el observatorio

Esta subpágina cuenta con información de contacto del Observatorio, así como un hipervínculo que redirige al usuario a la página web oficial de ETIUS. En la parte inferior, se desglosan los contactos en redes sociales para las páginas de Instagram, X, Spotify y YouTube del Observatorio.

Consideraciones futuras

El diseño, contenido y presentación de este sitio web siguen siendo un trabajo en progreso. No obstante, se considera prioritario la continuación de su desarrollo como salida para la información recabada en la base de datos sobre artistas, colectivos, espacios y eventos llevada cabo en semestres pasados, debido a la importancia de seguir con el delineamiento de la escena local de cómic en la ZMG y la responsabilidad que asume el Observatorio mediante el programa de investigación para retribuir a dicha comunidad.

Como continuación inmediata, se recomienda completar en su totalidad las entradas de información en cada una de las respectivas subpáginas del sitio, relacionadas con *Artistas*, *Colectivos y Editoriales* y *Espacios y Eventos*, basándose en la base de datos. Asimismo, se considera pertinente explorar formas en las que el sitio web pueda desglosar la información contextual,

tanto en la página de Inicio como en las subpáginas de cada categoría y las subpáginas relacionadas con el programa y el Observatorio, de una forma más narrativa e interactiva; esto en busca de una experiencia más amena para el usuario que no consista en un simple vistazo de bloques de información.

Conclusiones

A lo largo del proyecto “Antropocénicos: El cómic mexicano en su transposición audiovisual y mediática” se tuvo presente el poder que los medios comunicativos e ilustrativos tienen para exponer distintos discursos en distintas formas expresivas con el fin de consolidar un producto que combine la construcción de personajes ficticios inspirados en las narrativas del Antropoceno, los cuales se crearon en el semestre de Primavera 2025, y el análisis de obras con representación sociedad-naturaleza, proporcionando una reflexión accesible y dinámica sobre el Antropoceno y la disputa simbólica que este abre.

La creación de este producto, en forma de un video-podcast ficticio, se generó utilizando un formato que ya se conocía y manejaba antes en el programa, un video tipo podcast que trabaja ETIUS Analiza, y un formato que se probó por primera vez en el programa: la generación de cuadros con ilustraciones de un personaje para un formato de video. La combinación de estos dos formatos presentó sus propios retos, desde la re-imaginación de los estilos que los personajes generados anteriormente tenían, junto la profundización de las actitudes de los personajes y la integración de los comics en forma de diálogo, hasta la integración y combinación de los elementos ilustrativos y live action que se ocuparon para crear una conversación orgánica. Se propone, además, seguir explorando esta combinación de formatos para futuros productos comunicativos, resaltando el potencial dialéctico que los personajes tienen como representaciones vivas de las narrativas.

Adicionalmente, la elaboración de un sitio web dedicado a la escena local del cómic en la Zona Metropolitana de Guadalajara respondió a la necesidad de generar una base de datos pública donde se pueda divulgar la información de los creadores y artistas de comics recolectados anteriormente. Con esto en mente, se mantiene abierta la línea para el desarrollo la continuación del sitio web y el enriquecimiento de sus contenidos y diseños, con la intención de mantener un compromiso activo entre la difusión de información y la comunidad artística local.

La puesta en práctica de las distintas habilidades de las personas que conformaron este programa de investigación hizo posible la construcción del podcast falso y todo el trabajo que implicó; escritura de guiones, grabación de la acción viva, doblaje de voces, animación, ilustración y montaje. A partir de esta entrega, uno de los aprendizajes más representativos fue el poder analizar el concepto de Antropoceno en productos culturales contextualizados y apropiarnos de éste para realizar un producto audiovisual propio.

Referencias bibliográficas

Betancourt, R., & Caballero, J. A. (2020). *SARGASSUM*. calameo.com. <https://www.calameo.com/read/0070842261fc0979fc3a2>

Bonneuil, H. (2015). *The Geological Turn: Narratives of the Anthropocene*. https://www.researchgate.net/publication/324080993_The_Geological_Turn_Narratives_of_the_Anthropocene#fullTextFileContent

Del Rosario, L. (2016). El cómic y el poder: Una perspectiva antropológica. *Boletín Millares Carlo*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5977015.pdf>

Hernandez, J. *Ecatepunk*. (2020.). www.webtoons.com. https://www.webtoons.com/es/canvas/ecatepunk/list?title_no=506680&page=4

Macfarlane, R. (2019). *Underland: A Deep Time Journey*. Hamish Hamilton.

Manchón. (2024). *Érase una vez en el sureste*.

Santarriaga, H. G. (2021). *Hermanos*. <https://www.amazon.com.mx/H3rmanos-H-G-Santarriaga-ebook/dp/B08X6S855F>

Svampa, M., (2019). El Antropoceno como diagnóstico y paradigma. *Lecturas globales desde el Sur . Utopía y Praxis Latinoamericana*, 24(84), 33-54. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2653161>

Coordinaciones

Coordinación de información

Introducción

La coordinación de información del PAP de ETIUS en el periodo de verano 2025 fue responsable de apoyar y facilitar el trabajo de las distintas coordinaciones mediante la sistematización, análisis y articulación de contenidos. En colaboración con la coordinación de Producción, contribuyó en los procesos de investigación y elaboración de guiones para piezas audiovisuales; y, con la coordinación de Comunidades, trabajó en el diseño y generación de materiales que respondieran de manera coherente a las líneas de trabajo o investigación del Observatorio.

Este rol implicó un ejercicio activo y constante de análisis, interpretación y síntesis de la información generada dentro y fuera del aula. Desde una perspectiva crítica y creativa, la coordinación de Información funcionó como un puente entre el trabajo de estudiantes, profesores y los programas de investigación, articulando narrativas que dieran sentido a las tareas del PAP.

Actividades

Una de las actividades más puntuales de la coordinación, fue la realización de minutas semanales en las cuales se especificaron las actividades a realizar por programa de investigación o dentro de las diferentes coordinaciones. Estas minutas tuvieron como objetivo mantener orden y claridad en los acuerdos realizados para llevar a cabo distintas actividades y garantizar su cumplimiento en tiempo y forma. Estas minutas también se utilizaron para mantener un registro de los avances de cada programa de investigación, así como documentar a detalle los procesos creativos necesarios para cumplir los objetivos, como mesas de trabajo colaborativas, lluvias de ideas, etc. A continuación se presenta un ejemplo de una minuta semanal, tomada el Lunes 30 de Junio del presente año:

Programas de investigación - avances

Antropoceno

ETIUS Observa

Avances de ilustraciones de personajes

Compilación de entrevistas con audio

Sugerencias

“entre comillas” con renatx

Trabajar partes en carpeta - elementos como PNG transparentes (cejas, parpadeos, bocas)

Borrar arbolito y maceta sobre la ilustración

Narrativas y discursos Publicitarios

ETIUS Analiza

Expectativa de publicación esta semana

Trabajo en colaboración en ITESO a fall de equipo fuera

Avances de programa

Organización de Fanzine - contenidos por página, redacción de textos, formatos, división de trabajo

Maqueta de fanzine

Historización linea del tiempo - conectar fanzines con la investigación académica

Síntesis de artículo de investigación, ligar con la temática de la moda

Sección sobre ETIUS Analiza

Hacia el miércoles

impresiones, escaneos

Lluvia de ideas para título de Analiza

Opciones

ETIUS imprime

~~Meta Fanzine~~

~~Comunes~~

~~Comuna Narrativa~~

~~Discurzine~~

~~Espred - almanaque contracultural~~

~~Panfleteo~~

~~Fanzine~~

~~Catálogo~~

~~Menú~~

~~Instructivo~~

~~Recetario~~

~~Manual~~

~~Esparcir~~

~~Expansivo~~

~~A mano por personas reales~~

~~Almanaque contracultural~~

Observaciones

Sugerencias

Contacto con Brecha, introducir fanzine a fanzinoteca

Comunicación política

Codificaciones de notas relacionadas con la elección judicial

Semana compuesta - ojo con la terminología

Medio

URL

Titular

Cargos

Candidatx mencionados

Instituciones mencionadas

Postura sobre reforma y elecciones

Frase que pone en evidencia la postura

Medios que tuvieron al menos quince notas sobre el tema durante todo el proceso electoral

Total de notas - 266

Colaboración con Signa - base de datos para encontrar fechas

Organización visual de codificaciones - colores

Casillas sistematizadas

Observaciones

Comunicación aparenta haber estado centrada en el proceso, más que en las candidaturas

Medios aparentan ser neutrales en su propio discurso, pero citan a fuentes externas que emiten una opinión o juicio

Notas de medios oficiales fueron descartadas

Adelgazamiento de cobertura de medios dificulta el acceso a la información

Cantidad de notas en ciertos días desproporcionada

Lo que falta

Estandarizar detalles, siglas, etc

Agrupar datos

Sugerencias

Cuidar el cómo se comunican las decisiones y justificaciones, mantener un hilo conductor consistente, bases teóricas y metodológicas. Darle otro giro a las decisiones tomadas con el objetivo de ahorrar tiempo

Script de Python - scraping de titulares y fecha del mismo medio facilita la compilación de datos

Enfoque/producto de comunicación política, conectar información con las implicaciones en la vida de ciudadanos.

ETTIUS Comunidad - Lluvia de ideas

Pride - pinkwashing y rainbowwashing - publicidad, apropiación de marcas

Origen de pride en GDL. Intersecciones

contramarchas, reconocimiento a otros aspectos del movimiento

Transfobia - bifobia

Cambios de narrativas en los últimos años - rentabilidad de Pride - miedo a representarlo?. Percepciones

¿Cómo vives el Pride?

evitar condicionar preguntas, mantener tono constructivo, reflexiones de programas

Reconocimiento a la comunidad

Visibilizar movimientos independientes o menos reconocidos

Personal - vivencias personales, ambiente, perspectiva, marcas detrás del movimiento

Otro ángulo - ¿Sabes qué es un Fanzine?

Mostrar fanzines como dinámica

¿Sabes qué es esto? ¿Qué te gusta? ¿Qué diferencia hay entre esto y una revista?

¿Qué pondrías aquí? ¿Cómo contarías algo en este formato?

¿Cuál de estos te llama más la atención? ¿Por qué?

¿Cuándo fue la última vez que compraste una revista? De que, por que? ¿Por qué ya no lo haces? -

detonante

Si tu hicieras tu propia revista, que podrías? ¿De que lo harías?

Titulares

Que el entrevistador saque algo, se divierta

Lugares donde se consigue ropa fuera de plazas

tianguis del sol

cultural

ITESO

Biblioteca pública de la UDG

Grabación - Miércoles

En celular

Equipo de audio

Cable XLR

Microfono de mano

Grabadora

Memoria SD

Audífonos

Equipo

Fran

Isidro

Ana Pau - renta del equipo

Marianita

Hector

Ximena, Maricarmen - guión

Edición - Dani

Cuidado con autoridades, evitar ser arrestados

Llamado - Marianita

Carro - Marianita

Ligar a comunicación y cultura - elección judicial - próxima semana

Que hacemos con toda esta información?

Pregunta de investigación - que piensan los ciudadanos de las narrativas de medios

Observaciones personales

¿A donde vamos?

Lugares donde se graba pueden sesgar -
Usar la elección como base para dirigirla hacia otro tema
¿Qué otras posiciones deben ser elegidas popularmente?
¿Qué implica un proceso democrático? ¿Cómo la organizarías?

Otra de las labores de la coordinación fue apoyar en la redacción de guiones para los tres diferentes productos audiovisuales realizados a lo largo del proyecto: ETIUS Comunidad, ETIUS Observa y ETIUS Analiza.

Guiones

El proceso para crear el guión del ETIUS Analiza se llevó a cabo en dos partes. Primero, se realizó una lluvia de ideas en grupo para definir la temática y proponer ideas de preguntas o detonantes de conversación, así como proponer posibles personas invitadas, contenidos, particularidades de producción y grabación, etc. Después, un integrante de la coordinación de información junto con otros integrantes del programa de investigación de Narrativas y Discursos Publicitarios se juntaron para concretar las preguntas y detonantes de conversación, así como redactar una introducción y conclusión para el episodio.

El proceso para la redacción guión del producto ETIUS Observa, explicado más a detalle en la sección del programa de investigación Comunicación y Cultura en la Era del Antropoceno, recibió apoyo parcial de esta coordinación, donde se trabajó uno de los cuatro guiones junto con otro miembro del programa, así como la revisión y edición en conjunto de los otros guiones. La coordinación también apoyó durante el proceso de lluvia de ideas de estos productos mediante la toma de notas, propuestas y sugerencias y registro de acuerdos y planificación.

La coordinación también formó parte de la escritura de los guiones para los ETIUS Comunica, en el cual se crearon 3 videos, uno de cada programa de investigación, con el propósito de indagar en los conocimientos de la comunidad externa al observatorio sobre los temas en los que se indaga durante el verano. La estructura de estos guiones fue de tres partes, introducción, desarrollo y conclusión, con un formato completamente basado en reels para redes

sociales; corto, relajado y directo, con la prioridad de que las preguntas hechas en el desarrollo dieran apertura a una conversación.

Edición y ajustes de RPAP

Como actividad final, la coordinación de información estuvo encargada de juntar las piezas del RPAP escritas por cada coordinación y programa de investigación de manera sistematizada y ordenada, realizar ediciones y presentarlo en un formato consistente con los estándares de calidad y profesionalismo de la institución y el Observatorio.

Conclusiones

El papel de la coordinación fue esencial para mantener la sinergia y facilitar la cooperación entre coordinaciones y programas de investigación. Su papel en la jornada electoral fue importante para procesar la gran cantidad de datos y notas que iban saliendo a lo largo de la jornada y poder organizarla de manera que fuera entendible para su difusión en las redes del observatorio. Las minutas, las cuales estaban a disposición de todas las personas involucradas en el proyecto, facilitaron el registro y cumplimiento de los acuerdos en tiempo y forma. La toma de nota durante los procesos de creación y planeación también fue importante para apoyar en el desarrollo de las ideas y productos. Asimismo, el apoyo en la redacción de guiones fue importante para asegurar que la comunicación en los productos audiovisuales realizados a lo largo del proyecto fuera clara, efectiva y alineada a los objetivos de sus programas de investigación respectivos.

Más allá de las tareas operativas, la coordinación de información aportó estructura, seguimiento y claridad en momentos clave del proceso. Facilitó la toma de decisiones informadas, el registro continuo del trabajo colectivo y la consolidación de productos alineados con los objetivos generales del proyecto. Gracias a esto, el Observatorio ETIUS logró sostener una producción crítica y colaborativa, fortaleciendo su compromiso con una comunicación pública del conocimiento que dialogue activamente con lo social, lo mediático y lo cultural.

Coordinación de producción

Diagnóstico

Como parte del Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) el observatorio de ETIUS, Comunicación y Cultura, tiene como objetivo producir materiales informativos derivados de investigaciones académicas relacionadas con la comunicación y la cultura. El proceso para ello es mediante la división de los estudiantes con base en sus intereses y habilidades en el ámbito profesional. La coordinación de producción es la que se encarga de realizar los productos audiovisuales para divulgar los hallazgos de cada uno de los programas de investigación dentro del observatorio.

Para el trabajo del periodo de Verano 2025 en el observatorio de ETIUS, desde la coordinación de producción, se realizó un visionado de los productos audiovisuales que se han llevado a cabo en el proyecto durante semestres pasados. Las secciones que se realizan son: Analiza, Observa y Comunidad.

El formato para el ETIUS Analiza en semestres pasados consistía en realizar una entrevista en formato de podcast en la cabina de audio SUM del ITESO. La cual, cuenta con micrófonos dinámicos, audífonos, una mesa y sillas tanto para entrevistadores como entrevistados. Para grabar el video se utilizaban tres cámaras para plano general, lateral derecho e izquierdo. La iluminación era sencilla, y solo se utilizaban lámparas LED.

Para el ETIUS Observa se utilizaba el formato de sketch incorporando la sátira para recopilar fragmentos de la información de un programa de investigación. Anteriormente, se enfocaba en un noticiero falso, eso cambió en Primavera 2025, y se incorporó la ficción para el sketch. Para ello, previamente se escribía un guion, para tomar decisiones en cuanto al diseño de vestuario, maquillaje, necesidades del departamento de arte y elaboración de gráficos. Se recurría a la pantalla verde, para replicar algún formato en específico y posteriormente añadir gráficos ilustrativos.

Por último, en el ETIUS Comunidad se hace un *vox populi* sobre un tema relevante de la actualidad para la comunidad fundamentado en un programa de investigación. Para ello, se necesitaba de una cámara que grabara tanto las entrevistas como B Rolls que concediera con lo que las personas mencionaban. El audio se grababa con un micrófono dinámico, cable XLR, y grabadora zoom. Usualmente, el escenario para las grabaciones era el campus del ITESO.

Justificación

ETIUS, al ser un observatorio cuyo objetivo es desarrollar conocimientos sobre comunicación y cultura a partir de investigación de alta calidad, colaborativa y socialmente pertinente, se plantea tres elementos clave para sus procesos de trabajo:

- *Mirada crítica al entorno*
- *Producción del conocimiento*
- *Plan de acción y comunicación pública*

Estos tres elementos funcionan en conjunto para incentivar la participación ciudadana, así como el intercambio y esparcimiento de información entre el Observatorio y el público, sobre temas de interés acerca de procesos de comunicación y sus ramificaciones culturales. Particularmente, en cuanto al trabajo de la coordinación de producción, los productos audiovisuales responden a la necesidad del *plan de acción y comunicación pública* de ETIUS a través de tres ejes principales:

- *Formación de audiencias críticas*
- *Alfabetización mediática*
- *Comunicación pública del conocimiento*

La *formación de audiencias críticas* busca la interacción de las audiencias con los medios en condiciones justas y equitativas, capaces de cuestionar y discernir los sistemas de comunicación y puedan tomar decisiones con respecto a la información que consumen y comparten.

La *alfabetización mediática*, por su parte, busca hacer notar que los acontecimientos políticos y culturales no solamente aparecen, sino que provienen de un entramado político y social que los enmarca, generando condiciones para que las audiencias sean capaces de distinguir, nombrar y abstraer fenómenos mediáticos y culturales.

Finalmente, el eje de *comunicación pública del conocimiento* se entiende como un ejercicio de retribución social y reflexividad por parte del Observatorio, comprendiendo la necesidad y responsabilidad de que el conocimiento generado pueda incidir en la esfera pública.

Tomando en cuenta esto, en la Coordinación de producción se planteó el objetivo de generar piezas audiovisuales que expresaran y desarrollaran dichos ejes de una forma creativa, interactiva y atractiva para el público. Para esto, se llevó a cabo una revisión de material externo que sirviera como propuesta e inspiración para los productos audiovisuales del periodo Verano 2025; a continuación, se presentan algunas de estas piezas, ejemplificando la dirección del trabajo del periodo mencionado:

- https://www.tiktok.com/@ogbopcat/video/7484682982473764142?_r=1&_t=ZS-8wsPMNrEQ2a



Figura 72. Captura de pantalla de video de TikTok de ogbopcat.

- <https://www.youtube.com/watch?v=pleOHU5MMTU>

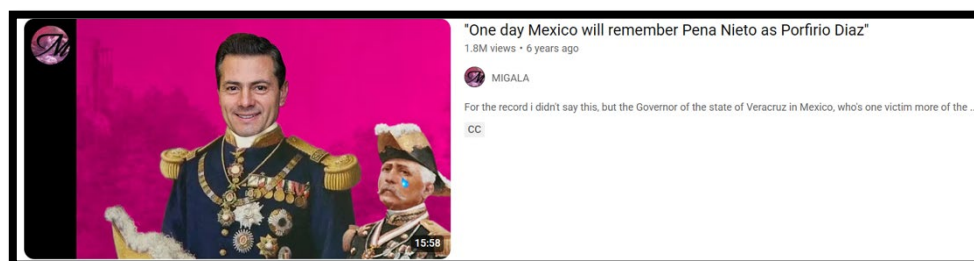


Figura 73. Captura de pantalla de la miniatura, título y publicación de un video de YouTube de MIGALA.

- <https://www.youtube.com/shorts/WeTOs7O9Xek>



Figura 74. Captura de pantalla de video de YouTube shorts de etymology_nerd

A partir de esta recopilación de material y visionado, y en busca de una expansión de los objetivos creativos después del diagnóstico del trabajo de semestres pasados, se determinó que se llevaría a cabo la producción de un ETIUS Analiza y un ETIUS Observa para todo el periodo de verano 2025, mientras que el formato de ETIUS Comunidad continuaría con una periodicidad semanal.

Se tomaron en cuenta diversos recursos de los videos previamente mostrados, particularmente el uso de la animación, la duración de las piezas y el manejo de la información y los conceptos teóricos aplicados a una expresión audiovisual que fuera dinámica y enfocada en capturar la atención del espectador. Se hizo particular énfasis en las necesidades de comunicación pública del conocimiento y la incidencia en la esfera público, por lo que, por ejemplo, se determinó que los escenarios de los videos de ETIUS Comunidad se ampliaran más allá del campus universitario del ITESO para abarcar sectores y comunidades a lo largo de la ciudad. Por otro lado, la hibridación de procesos como el *live-action* y la animación aplicados al ETIUS Observa, así como el rediseño del espacio dedicado al podcast de ETIUS Analiza, explicados más adelante, responden a las preocupaciones de generar piezas comunicativas que puedan interactuar y entrar en contacto con una audiencia en busca de contenido pertinente, con

información sustantiva, pero con una propuesta artística, visualmente atractiva y de calidad técnica.

En el siguiente apartado, se delinearán los procesos específicos de cada formato, explicando las particularidades de cada proceso y las evidencias de su producción.

Productos audiovisuales

Introducción

Los productos audiovisuales de este Observatorio consisten en tres formatos principales: *ETIUS Observa*, *ETIUS Analiza* y *ETIUS Comunidad*, en los cuales buscamos comunicar y compartir en redes sociales los hallazgos que obtuvimos a lo largo de las semanas de trabajo en los programas de investigación. A continuación, se presentan los procesos y resultados de los productos en sus respectivos formatos:

ETIUS Observa

Este formato consta de una crítica a modo de sátira sobre lo que analizamos en el período de verano. Los videos tienen una duración un tanto más larga, ya que son publicados en YouTube y creamos pequeños fragmentos de este para promocionarlo en plataformas como Instagram.

En esta ocasión, como se explicó previamente, se determinó realizar sólo una pieza de este formato, sobre el programa de investigación *Comunicación y cultura en la era del Antropoceno*. Esta pieza de ficción se plantea como un ETIUS Analiza ficticio, cercano a formatos como el *mockumentary* y tomando como referencia otros productos como *El increíble mundo de Gumball*, en donde se entrevistan a *Los cuatro Antropocénicos*; ReNatx, Darwin, Charlie y Kris Iz, personajes conceptualizados y desarrollados en el programa de investigación de Antropoceno como una salida para la información recopilada y el conocimiento generado en el periodo de Primavera 2025. La propuesta fue llevar a cabo un híbrido entre imágenes *live-action* y los personajes a modo de animación, los cuales serían colocados en el material de acción viva e interactuarían con los entrevistadores, interpretados por miembros del equipo del programa de investigación.

Este ETIUS Observa le brinda continuidad al trabajo previamente realizado por Andrea (Andru) G. Pérez Campos, quien ilustró un prototipo de cada uno de los personajes quienes representan cada una de las narrativas del Antropoceno propuestas por Bonneuil, 2015 (*Darwin*; Naturalismo, *ReNatx*; Post-naturalismo, *Charlie*; Eco-Marxista y *Kris Iz*; Eco-catastrofista). Asimismo, se buscaba comentar los comics que fueron revisados durante el periodo de Primavera 2025, los cuales se sistematizaron con base en la narrativa del Antropoceno con la que coincidiera su trama principal (*Sargassum*, Rodrigo Betancourt, Flor GUGA, José Adán Caballero Vázquez 2022; Naturalista, *H3rmanos*, H.G Santarriaga, 2021; Post-naturalista, *Ecatepunk*, Joshua Hernández 2020; Eco-catastrofista, y *Érase una vez en el sureste*, El Manchón, 2024; Eco-Marxista).

Con la intención de realizar el podcast falso con Los Cuatro Antropocénicos y comentar el cómic correspondiente a la narrativa del Antropoceno, se decidió realizar un guion para cada una de las entrevistas con los personajes. Previamente, los integrantes del equipo del programa de investigación *Comunicación y cultura en la era del Antropoceno* se repartieron la narrativa del Antropoceno representada en los cómics con su respectivo personaje. De esta manera, se personificó a cada Antropocénico para comentar el comic correspondiente. Posteriormente se decidieron los entrevistadores, quienes coincidieron con la realización del guion y hubo casting de voz para los personajes, quienes fueron otros integrantes del PAP.

Entre todo el equipo, se tomó la decisión de grabar el ETIUS Observa en la oficina de ETIUS, al igual que el ETIUS Analiza que se realizó el mismo día. Se adecuó el espacio para llevar a cabo la grabación, al igual que se incluyeron imágenes de las portadas de los cómics discutidos. El equipo tanto de audio, iluminación y fotografía constó de una grabadora zoom, un cable XLR, dos micrófonos dinámicos, tres bases para micrófonos, dos cámaras, una luz LED, un difusor, un century con brazo y yoyo. La grabación consistió en dos partes, la primera en la que se grabó el video y audio con las personas entrevistadoras y la segunda que fue la grabación del doblaje de la voz de cada personaje, la cual, fue realizada en una de las cabinas de grabación del ITESO.

Como último paso para la realización del ETIUS Observa, se hicieron los personajes animados. Con el estilo personal de Ana Paula Cadena Arias, Nuria Márquez Zabala, y Eugenia Osorno Liz, quienes tomaron como referencia los cuadros generales de las entrevistas para

realizar las animaciones. Una vez hechos los personajes en segunda dimensión, se exportaron los archivos para que Francisco Tobón Vázquez, los animara en el programa de After Effects.

Vínculo del video: <https://www.youtube.com/watch?v=xzuCeGiJyqY&t=58s>

ETIUS Analiza

Por otro lado, los ETIUS Analiza son realizados a modo de podcast en el que conversamos con especialistas para que nos cuenten sus perspectivas, experiencias y opiniones acerca de los temas investigados. Para ello, se elabora un pequeño guion con preguntas que nos ayudan a guiar el diálogo. Los videos duran alrededor de 30 minutos y son publicados en YouTube y Spotify.

A lo largo de este período de Verano 2025, como se mencionó previamente, producimos solo un video de este formato. Como parte del programa de investigación sobre *Narrativas y Discursos Publicitarios*, contamos con la presencia de dos invitados que están involucrados en el medio de la publicación y creación de los *fanzines*. En esta ocasión, buscamos darle una identidad al set, por lo que trasladamos la grabación a la oficina de ETIUS y colocamos posters y elementos que consideramos describen el ambiente e imagen que se ha desarrollado sobre el observatorio. Todo esto con el fin de que se recree esta misma estética para próximas ediciones.

Vínculo del video: (https://www.youtube.com/watch?v=Cp_OkT4u3aA

ETIUS Comunidad

ETIUS Comunidad es un formato de video inspirado por el *vox populi*; su objetivo es encontrar, a partir de una serie de entrevistas cortas a personas aleatorias en distintos espacios, una noción de una opinión colectiva sobre un tema en particular ligado a la información recopilada en los programas de investigación del Observatorio. A diferencia del resto de los formatos, estos videos cuentan con una duración de 1 a 3 minutos como máximo, ya que son publicados como *reels* en Instagram y YouTube shorts, además de tener un formato vertical.

Como se mencionó anteriormente, se determinó que para el periodo de Verano 2025 se llevaría cabo la producción de uno de estos videos de forma semanal e, importantemente, se buscaría expandir el escenario de los videos y salir del campus universitario del ITESO para

producirlos en distintos espacios a lo largo de la Zona Metropolitana de Guadalajara que se consideraran pertinentes para los temas expuestos en el contenido.

El primer ETIUS Comunidad de este periodo giró alrededor del programa de investigación de *Comunicación, política y acción colectiva*, en el cual se les preguntó a personas cómo piensan que reaccionarían ciertos personajes ficticios de cómics ante situaciones que afectan a la ZMG, como el desplazamiento de vendedores en el Parque Rojo y la compra de cybertrucks por parte del gobierno de Pablo Lemus.

Planeación y gestión

La planeación de producciones tiene como base la delimitación de fechas. Debido a que el periodo de verano comprende tiempos más ajustados de lo normal, una parte importante del proceso fue definir el balance entre los 3 formatos para productos comunicativos. Con esto dicho, se acordó que sólo realizaríamos un Observa y un Analiza, centrándonos en un tratado de calidad más complejo; por otro lado, haríamos tres Comunidades, ya que ese formato exige un poco menos de planeación.

Cada producto exige una hoja de llamado, la cual tenía su respectivo encargado. Con esto, ya teníamos un grupo de personas que conformarían el crew de producción y a partir de esto fue que se buscó seguir la línea de trabajo de semestres anteriores; la coordinación tuvo una subdivisión en dos unidades de producción, definidas para balancear la carga de trabajo y alternar entre las personas que grababan y editaban.

Calendario: [https://iteso01-my.sharepoint.com/:x/r/personal/maria_quinn_iteso_mx/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7BF9D52526-23F2-4F7D-A9E0-DEF645B17D95%7D&file=Plan%20de%20trabajo%20%20PRODUCCIO%CC%81N_calendario%202025%20\(1\).xlsx&action=default&mobileredirect=true](https://iteso01-my.sharepoint.com/:x/r/personal/maria_quinn_iteso_mx/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7BF9D52526-23F2-4F7D-A9E0-DEF645B17D95%7D&file=Plan%20de%20trabajo%20%20PRODUCCIO%CC%81N_calendario%202025%20(1).xlsx&action=default&mobileredirect=true)

Hoja de llamado

La hoja de llamado es el documento base que contiene toda la información pertinente para la respectiva producción. Los datos contenidos en ella son esenciales para definir roles, procurar que el equipo sepa cuándo y dónde estar y para tener una evidencia de que la línea de

trabajo subdividido se está ejecutando apropiadamente. De forma separada, también se incluía el respectivo equipo que se necesitaría rentar o llevar. Entre los tantos datos importantes están: hora de llamado, locación, miembros del crew, escenas y el argumento de la producción.

Hoja de llamado						
Nombre de Producción		ETIUS Comunidad		Fecha	02/07/2025	
Hora de Llamado	9:30 AM	Dirección de locación		ITESO, LABCAA Edificio S		
Set	Escenas	Día/Noche	Int/Ext	Reparto	Locación	Argumento
N/A	N/A	Día	Int./Ext.	ISIDRO SERRATOS MUÑOZ	Av. Nicolás Copérnico	Se le preguntará a las personas dentro del tianguis sobre que revista fue la última que consumieron y si tuvieran una propia de que sería
Rol	Talento	Contacto	Llamado	Vestuario	Set	
N/A	ISIDRO SERRATOS MUÑOZ	<u>N/A</u>	9:30	N/A	Tianguis del Sol	
Crew		Nombre			LLAMADO	
Dirección		Héctor Rodríguez			9:30	
Presentador		Isidro Serratos			9:30	
Guión		Ximena/			N/A	
Fotografía/Cámara		Mariana Buiones			9:30	
Sonido		Ana Paula			9:30	
Asistente		Francisco Tobón			9:30	
Montaje		Dany Magallanes			N/A	

Equipo de renta (LABCAA)	
Micrófono dinámico	Reserva de equipo confirmada (ANA PAULA)
Grabadora Zoom y Audifonos	
Cable XLR	

Figura 75. Hoja de llamado miércoles 2 de julio

Departamento de fotografía y sonido

Con el objetivo de tener un set más dinámico, el capítulo del ETIUS Analiza se grabó en la oficina del observatorio ETIUS, ya que permite tener un espacio más atractivo, asimismo se usó un equipo de cámara que consiste en tres cámaras Sony Alpha 7, tres tripíes de video, dos luces led, una seda y una claqueta, y un equipo de audio que consiste en 4 micrófonos, 4 stands, 2 grabadoras de audio Zoom, 2 cables xlr y 2 audífonos de diadema.

Se contó con tres personas para el uso de las cámaras, una para cada una y dos personas encargadas del monitoreo del audio a través de las grabadoras. El uso de este equipo responde a poder captar de la mejor manera posible las reacciones de los locutores y los invitados, además de que cada plano tenga la mejor iluminación y el audio pueda ser captado de la manera más clara posible.

Equipo

Cantidad	Aparato
1	Claqueta
2	Luces LED
3	Cámaras
3	Trípides de video
1	Seda

Tabla 2. Equipo del departamento de fotografía para grabación de ETIUS Analiza

Configuración de cámara General	
Full HD	24 cuadros
Intensidad de LEDs	80
Perfil de Imagen	Apagado
Diafragmas	F4 - 5.6
Exposición	+ - 0
Calibración de imagen	Neutro
Temperatura de color	5600 K

Tabla 3. Ajustes de cámara a usar en las grabaciones de ETIUS

Equipo de sonido	
Grabadora de audio Zoom	2
Micrófono de mano	4
Cable xlr	2
Audífonos	2
Stands para micrófonos	4

Tabla 4. Equipo del departamento de sonido para grabación de ETIUS Analiza

Por otra parte, el ETIUS Observa, en el cual se utilizan videos de ficción, se hizo uso de un guion previamente planeado para que el seteo de video y de sonido sea coherente y dinámico. En el que fue producido este periodo se decidió combinar live action y e ilustraciones digitales; además de utilizar el mismo set de ETIUS Analiza para dar la sensación de otro producto de este tipo. Para esto se usaron 2 cámaras Sony Alpha 7, 2 trípides de video, 2 luces led, una seda y una claqueta; además de un equipo de audio que consistió en 3 micrófonos, 3 stands, una

grabadora de audio Zoom, un cable xlr, unos audífonos de diadema y un par de esponjas acústicas para evitar ruidos no deseados o eco en el espacio.

Se contó con dos personas para el uso de 2 cámaras, una para grabar un plano general y otra para grabar enfocando al locutor, utilizando una de estas para tomar 4 fotografías del espacio donde cada uno de los 4 personajes estarían, junto con su micrófono seteado para cada uno. Se contó, además con una persona monitoreando el audio a través de la grabadora y, en otro momento, se contó con una persona grabando los diálogos de cada uno de los personajes en una cabina de sonido.

Mientras tanto en el ETIUS Comunidad, ya que es un producto tipo “vox populi”, se toma en cuenta que van a haber movimientos para poder hablar con distintas personas. Por ello el departamento de fotografía se usó una cámara Sony Alpha 7 (o un celular en una ocasión) y una claqueta, mientras que el departamento de sonido usó una grabadora de audio Zoom, un micrófono de mano, un cable xlr y unos audífonos de diadema.

Departamento de arte

El objetivo de parte del departamento de arte sería darle un estilo atractivo y una estética que muestre la identidad del observatorio en cada uno de los videos siguiendo su respectivo formato. En el caso del ETIUS Analiza se usaron los fanzines y el cartel personalizado para este ETIUS con el fin de decorar la oficina, la cual se arregló y acomodó para ajustarse al nuevo formato.

Por otro lado, los ETIUS observa, al ser videos de ficción requieren de una planeación correspondiente al guion para crear un espacio diegético y coherente con la historia. En el que producimos durante este período aprovechamos el espacio que se había creado para el ETIUS Analiza y mantuvimos los mismos arreglos que se hicieron en la oficina para transmitir la sensación al espectador de que estaba viendo otra edición de este formato.

Cuando hablamos de los ETIUS Comunidad en relación con el diseño de producción, el espacio depende enteramente del lugar en donde se graba. Sin embargo, con ayuda de la coordinación de Diseño, se han desarrollado algunos *props* para generar una dinámica más

entretenida al momento de realizar las preguntas. Por ejemplo; en uno de los videos que grabamos este verano, utilizamos unas paletas con las imágenes de algunos superhéroes para que la gente nos dieran su opinión acerca de lo que pensaba que haría cada uno de ellos conforme las situaciones que les proponía nuestro presentador.

Reservas de equipo y espacios

En cuanto al equipo de fotografía, cada persona que vaya a operar una de las cámaras tendrá que rentarla con su respectivo tripié, así mismo, de esas tres personas una rentará las luces led, la seda y la claqueta.

De manera similar, para el equipo de audio cada persona que vaya a operar cada una de las grabadoras de audio tendrá que rentar, además, un micrófono, un cable xlr y unos audífonos de diadema. Los stands para los micrófonos y las esponjas acústicas deben ser pedidas a uno de los encargados del área de sonido del ITESO.

Edición y publicación

Para la edición, los archivos de audio y video se subirán a una carpeta de OneDrive en "Coordinación de producción" con el nombre respectivo del capítulo y las memorias se las llevará el editor al terminar el capítulo. Se trabajará el fin de semana y se traerá una primera muestra de edición el lunes, para revisar correcciones y crear subtítulo del capítulo, entregando la edición completa el viernes de la semana siguiente a la que se grabó. La fecha de publicación es organizada por la coordinación de ETIUS comunidades de acuerdo con sus criterios.

Cobertura especial de las elecciones judiciales

El primero de junio de 2025 se dio la primera elección del poder judicial en México, por lo que en ETIUS se tomó la iniciativa de realizar un monitoreo mediático intensivo sobre el evento. Dentro de la coordinación se definió la meta de generar 3 productos cuyo objetivo era mostrar nuestros registros y generar discusión; estos, a pesar de no exactamente pertenecer a los formatos comunicativos convencionales, contienen ciertos patrones de ellos. Sus procesos de producción implicaban los mismos pasos y convenciones que normalmente se llevan a cabo en

una semana ordinaria, solo que los tiempos eran mucho más acortados debido a que su pre-producción, producción, post-producción y publicación se debían llevar a cabo el mismo día. Se debe destacar que estos fueron los primeros proyectos audiovisuales realizados en el periodo de verano por la coordinación de producción, por lo que suponía un reto técnico y creativo para los integrantes del equipo. La renta de equipo para esta sesión extraordinaria se dio unos días antes para poder ser utilizada en fin de semana.

“Observamos la elección judicial”

El primero de los productos generados en esta jornada fue un vox populi realizado a los integrantes del observatorio mientras se desempeñaba el monitoreo. Las preguntas se encaminaban hacia los detalles de lo que se estaba viendo al momento en cuanto a noticias importantes sobre la jornada, así como las tareas específicas que les fueron designadas. Su edición y publicación se dio el mismo día, en la plataforma de Instagram en forma de reel.

Vínculo del vídeo:

https://www.instagram.com/reel/DKXynf5uRyW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MXBnMHFscTVjdjZq

“Acompáñanos a votar 2025”

Este producto supuso una dinámica parecida a la del ETIUS Comunidad, una de sus distinciones siendo que se trataba de una demostración del voto por parte de uno de los integrantes; un pequeño equipo salió del campus de ITESO durante la jornada electoral para ir a votar a una casilla cercana, grabando audio y vídeo del proceso, desde la llegada al lugar hasta una pequeña serie de preguntas después de la votación. Se realizaron entrevistas a los funcionarios de casilla del lugar, en las que se preguntaba su experiencia hasta ese momento del día. Su edición y publicación en Instagram como reel fue en la misma fecha.

Vínculo del vídeo:

https://www.instagram.com/reel/DKYFfhVuZnA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=ZmpzMDJhdno4ZXFt

“La polarización en las elecciones”

Para finalizar la jornada, la coordinación comenzó la producción de un producto en la línea del ETIUS Observa: una toma humorística pero reflexiva sobre el comportamiento visto en redes sociales antes y durante las elecciones judiciales. El desarrollo del guion implicaba llegar a una tesis dentro del círculo de integrantes en relación con lo visto durante el monitoreo, por lo que se llevó a cabo una pequeña lluvia de ideas y comentarios sobre la cobertura de los medios y redes. Se afinó la idea sobre cómo grabarlo, dándole el estilo de sketch televisivo. Las mismas personas dentro de la producción fueron el talento, quienes actuaron frente a cámara y luego grabaron sus audios en una cámara de audio improvisada, en una de las oficinas más aisladas del edificio. La edición fue iniciada dentro de las últimas horas de la jornada de monitoreo; sin embargo, se optó por terminarse para el día siguiente debido a la falta de tiempo. El día lunes 2 de junio se le presentó el primer corte al grupo general y, dadas las últimas correcciones durante la sesión, se publicó el miércoles 3 de junio como reel de Instagram.



Figura 75. Miniatura de La polarización en las elecciones.

Vínculo del vídeo:

https://www.instagram.com/reel/DKcrx9duQ5Z/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MjVnN3NpdXlrdjR6

Conclusiones

A lo largo del proceso de la coordinación de producción, se demostró la importancia en la organización para llevar a cabo cada producto en el periodo de Verano 2025. El proceso consistió en plasmar de manera creativa la información obtenida de cada programa de investigación del proyecto. De la misma forma, cada producto se planificó con base en los tres ejes correspondientes al *Plan de Acción y Comunicación Pública*, los cuales son: Formación de audiencias críticas, Alfabetización Mediática y Comunicación Pública del conocimiento. En ETIUS se plantea que la divulgación de las investigaciones sea de forma creativa que involucre el trabajo colaborativo que dé cuenta de las habilidades técnicas en cuestiones de producción audiovisual. Finalmente, a modo de sugerencia con el objetivo de darle continuidad, es que el equipo ponga en marcha nuevas ideas con respecto a lo que ya se ha hecho; expandir escenarios, formatos y aplicando lo que se ha aprendido a lo largo de la carrera.

Coordinación de Diseño

Introducción

Durante este semestre nos enfocamos en generar una unidad visual entre todos los productos desarrollados. En coordinación con las demás áreas, trabajamos en fortalecer la identidad visual de cada pieza, así como en la creación de elementos y ambientes que sirvan para futuros productos audiovisuales del Observatorio. El objetivo fue construir una marca visual sólida que facilite al público identificarnos, incluso sin una mención explícita. A continuación, les presentamos el contenido trabajado durante el semestre y los procesos de producción que lo hicieron posible.

Repartición de tareas

Durante el semestre, decidimos distribuir las actividades según el área de experiencia de cada integrante en la coordinación, algunas tareas ya contaban con un método o plantilla específicos, por lo que fueron realizadas por Nuria, otras actividades, con mayor apertura a nuevas propuestas fueron asignadas a la compañera Ximena. Nuria se enfocó principalmente en la gestión de redes sociales, reforzando la presencia digital que se estuvo desarrollando a lo largo

de semestres anteriores, mientras que Ximena colaboró en la elaboración de props utilizados en los videos. Esta distribución de tareas permitió que Ximena, al ser de nuevo ingreso en el PAP, se familiarizara con la identidad visual del Observatorio y su aplicación, al mismo tiempo que brindaba apoyo a Nuria, quien lideró una mayor parte de las actividades.

Flujo de trabajo

Cómo acordado por los profesores encargados, los días Jueves durante las sesiones nos reunimos como coordinación a discutir los insumos necesarios para producir para las semanas próximas, durante las sesiones de los lunes durante presentamos dichos insumos frente a la clase para escuchar retroalimentación. Para las portadas en redes sociales en la mayoría de las ocasiones debido a la rapidez con la que se debían trabajar se aprobaban dentro de la comunidad en whatsapp de la coordinación durante las horas de trabajo independiente.

Diseño de portadas de contenido para las elecciones

Como parte del contenido generado durante el periodo electoral, se realizaron distintos videos que requerían portadas o imágenes principales. Para estas piezas se diseñaron gráficos manteniendo una coherencia visual entre cada publicación, con el objetivo de crear una identidad reconocible y profesional. Se cuidó que el diseño fuera llamativo y atractivo para el público general, sin perder la estética y el lenguaje visual que caracteriza al observatorio ETIUS. La idea fue generar una “familia gráfica” que permitiera identificar los contenidos relacionados con las elecciones de manera clara y dinámica.



Figura 76. Capturas de portadas en el feed de Instagram

Videos y Stories para el re-posteo de contenidos:

Con la finalidad de reactivar las redes en el periodo intermedio entre la publicación del nuevo contenido producido durante el periodo de verano se seleccionaron piezas de contenido producido en semestres anteriores para su publicación. En conjunto con la coordinación de comunidades se realizó en primera instancia la selección de contenidos a re-postear, se acortó publicar 3 ETIUS Analiza: En primer lugar el podcast Narrativas y discursos publicitarios en la ZMG debido a que durante el semestre anterior no se generó contenido en ese formato para dicho programa de investigación. El segundo video seleccionado fue el podcast Representación política y diversidad sexual en el marco del mes del Orgullo LGBT. Por último se re-posteó el Podcast Antropoceno el cuál decidimos re-nombrar con un título más atractivo "¿Qué es el Antropoceno?", este contenido cumplió con la doble función de contextualizar a los usuarios acerca del término que estudia el programa de Comunicación y Cultura en la era del Antropoceno.

Para atraer más seguidores a los videos se diseñó una serie de 6 animaciones 3 stories y 3 publicaciones en formato de reel para los cuales se utilizaron recortes de los invitados de cada podcast así como imágenes y gráficos auxiliares.

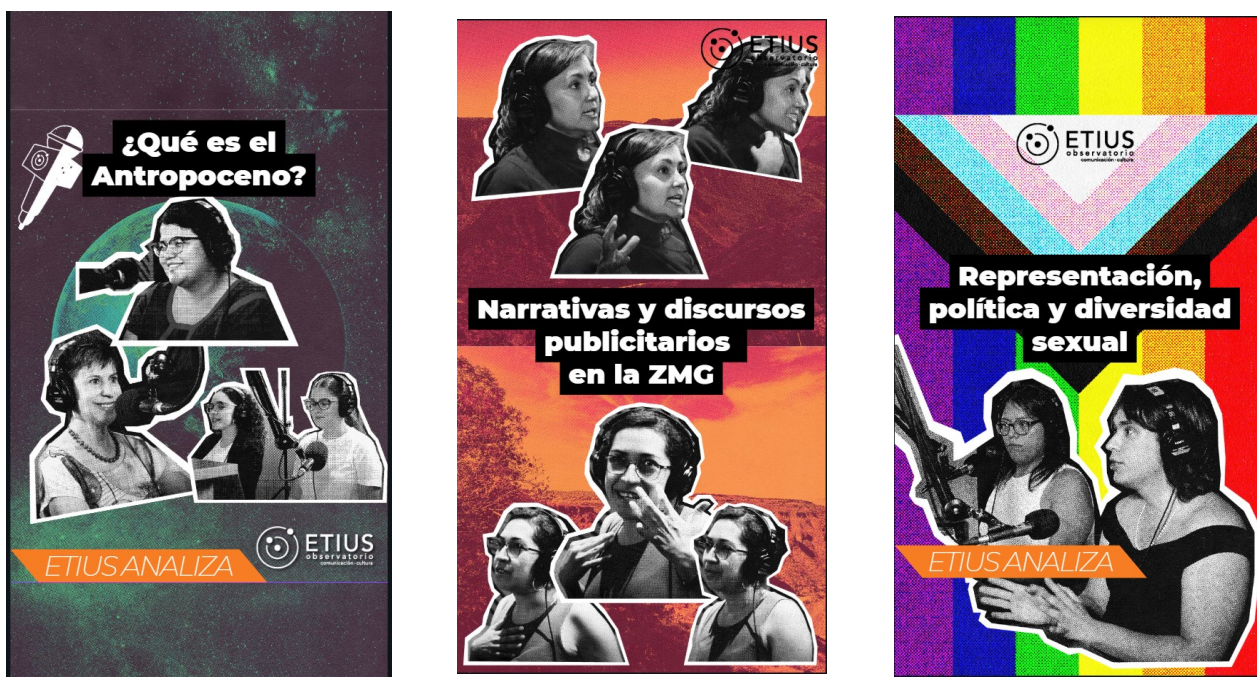


Figura 77. Animaciones publicadas.

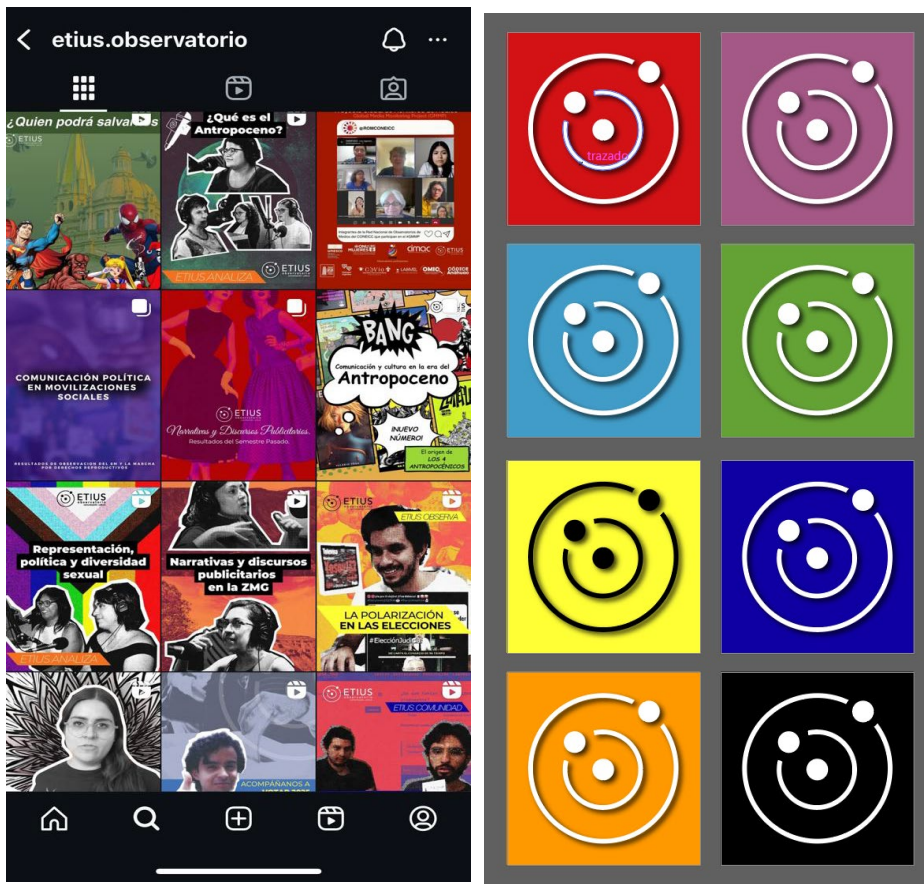
Portadas para contenido en Redes Sociales:

Para continuar con la identidad con que se trabajó durante el semestre anterior, cuando propusimos diseños de portadas que fueran acorde con los respectivos programas de investigación dentro de los cuales se planteó el contenido. Siguiendo el manual de identidad gráfica se seleccionó el color de fondo que predominará en la portada, agregando recortes de personajes relevantes.

Además de esto se implementó un segundo código de color que ayude a clasificar los contenidos entre los tres diferentes formatos: el color Naranja corresponde a los ETIUS Analiza, en color Azul marino se categorizan los ETIUS Comunidad y bajo el color Amarillo se encuentran los ETIUS Observa.

Para implementar esta categorización se etiquetan los contenidos y se resalta el título, estas etiquetas junto con los logos correspondientes deben colocarse dentro de los 1350 px del centro a lo largo de los 1920px de la portada en formato de reel para que sean visibles desde el feed. Los colores propuestos fueron seleccionados para que resalten y no se confundan con los colores previamente propuestos para identificar los programas de investigación sin embargo están sujetos a modificaciones posteriores.

En relación con esta nueva propuesta de clasificación por color se trabajaron las portadas para las historias destacadas del perfil de Instagram bajo las cuales se seguirá la lógica de clasificación por tipo de contenido (Analiza, Observa o Comunidad) con el objetivo de familiarizar a los seguidores con estos colores.



Figuras 78 y 79. Capturas de lenguaje visual



Figura 80. Medidas de mesas de trabajo y márgenes para elementos textuales.

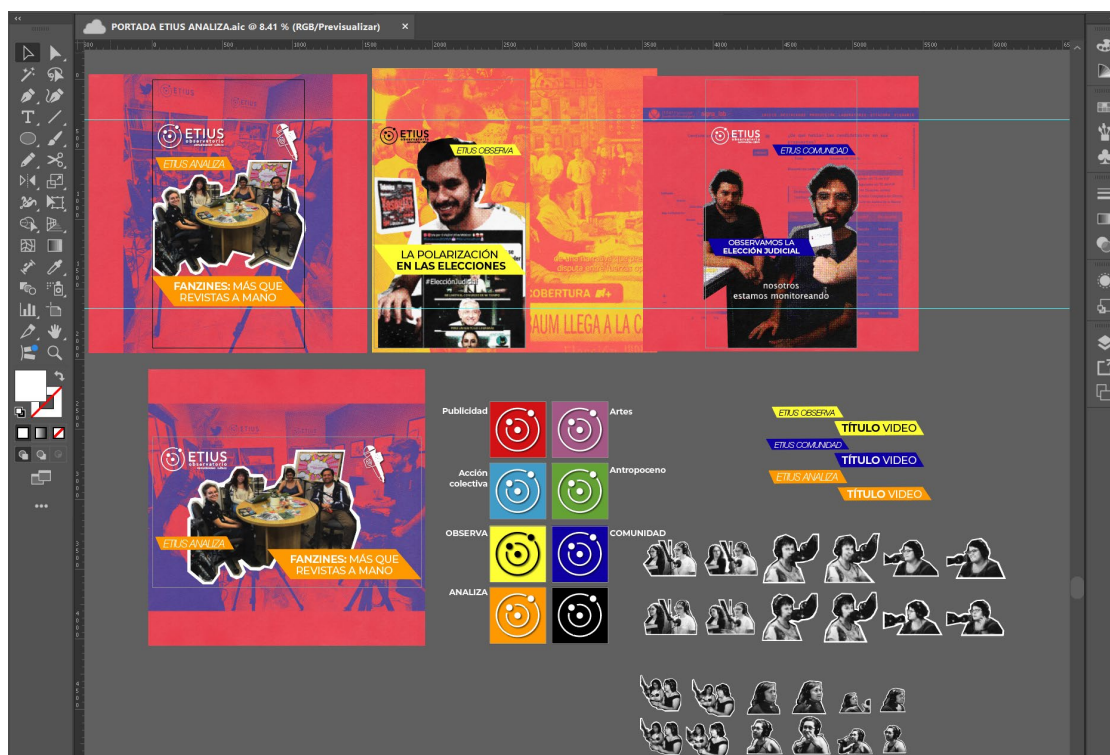


Figura 81. Elementos en el archivo editable en Adobe Ilustrador.

Adaptación de paletas: “¿Quién podrá salvarnos?”

Para este proyecto se desarrollaron *props* interactivos con la intención de generar una experiencia más cercana y participativa con el público. Se reutilizaron paletas previamente elaboradas y se personalizaron con vinilos impresos con personajes de cómics, lo que añadió un toque lúdico y familiar. Estos elementos sirvieron como apoyo visual durante las grabaciones y actividades, ayudando a captar la atención de la audiencia y fomentar su interacción con el

contenido. La propuesta buscó que, además de transmitir información, se lograra crear un momento divertido y memorable para quienes participaban.

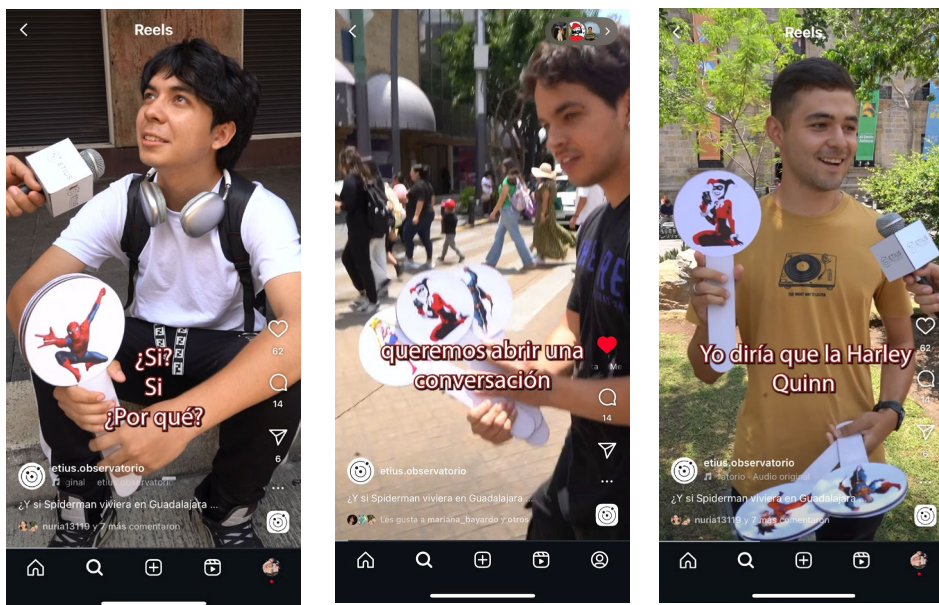


Figura 82. Capturas participantes del video usando las paletas.

Ambientación de set: ETIUS Analiza

Durante el semestre se grabaron varios episodios del podcast ETIUS Analiza, y como parte del trabajo detrás de cámaras se diseñaron y realizaron letreros personalizados con los nombres de los cuatro programas que forman parte del observatorio. Estos letreros están pensados para intercambiarse dependiendo del tema que se esté abordando en cada episodio, lo que permite una mayor flexibilidad visual en el set. Además, se han iniciado conversaciones sobre cómo enriquecer los espacios de grabación con nuevos props, fondos o elementos decorativos que refuercen la identidad de cada programa y hagan más atractiva la producción audiovisual del observatorio.

Una de las propuestas que surgieron y que aún está pendiente de concretarse es la incorporación de Clementius en el set. Se planteó la idea de crear una figura de resina impresa en 3D del personaje, sosteniendo una taza de café o un micrófono; sin embargo, debido a que sus extremidades son muy delgadas, existe la preocupación de que la impresión se rompa con facilidad. Como alternativa, se consideró la creación de un peluche que los invitados puedan

utilizar durante la grabación. Ambas propuestas surgieron durante una sesión de lluvia de ideas, pero aún no han sido desarrolladas en su totalidad.

https://www.canva.com/design/DAGqt4UATOW/MzOCCKCBtzdbPS3lPVIMQA/edit?utm_content=DAGqt4UATOW&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton



Figura 83. Clip del primer ETIUS Analiza en el nuevo set.



Figura 84. Plantillas propuestas por programa de investigación.

Nuevas propuestas de Stickers

Desarrollamos una plantilla nueva de stickers basándonos en los diferentes programas de investigación. Implementando tanto los colores propuestos en el manual de identidad gráfica de ETIUS, como qr direccionados al perfil de instagram, en algunos casos el logotipo y texto auxiliar e imágenes editadas para dar un efecto halftone que encontramos frecuentemente en la identidad del observatorio logramos una propuesta que capta la atención de las personas al ser colorida y algo misteriosa.



Figura 85. Propuesta de Stickers

Coordinación de Comunidades

Redes sociales

Introducción

La coordinación de comunidades (redes sociales) consiste en desempeñar diversas tareas orientadas a fortalecer la presencia digital de ETIUS y fomentar una relación cercana con la audiencia. Las principales plataformas en las que se trabajó durante este semestre fueron: Instagram, Facebook, X, YouTube y Spotify.

El equipo estuvo conformado por tres integrantes con funciones específicas asignadas desde el inicio del periodo para optimizar el flujo de trabajo. **César Eduardo González Velázquez, Santiago Orozco Parra**, al inicio del semestre se nos delegaron distintas responsabilidades para tener una forma de operar más efectiva. Los roles se dividieron de la siguiente manera:

César Eduardo González Velázquez:

Fue responsable de la coordinación general de redes sociales, gestionando Facebook, Instagram, X y YouTube. Sus tareas incluyeron la planificación estratégica de contenidos, programación y publicación en cada plataforma, así como el monitoreo de métricas y la supervisión de la línea gráfica y narrativa de las publicaciones.

Santiago Orozco Parra:

Se encargó de la redacción de los copys para todas las publicaciones en redes sociales, asegurando un lenguaje adecuado al tono institucional de ETIUS y adaptado a cada plataforma. También apoyó en la revisión de materiales y propuestas creativas para el contenido digital.

Entre las actividades destacadas se encuentra la programación y publicación de contenido mediante una parrilla editorial que permitió organizar y dar seguimiento a todas las piezas publicadas. También se elaboraron videos independientes para mostrar el detrás de cámaras y eventos internos de ETIUS.

Asimismo, se implementó una estrategia de **reposts** con el objetivo de reforzar la difusión de los contenidos de *ETIUS Analiza y Observa*. Estos reposts se adaptaron en formato

vertical para **Reels** e **historias**, utilizando un diseño sencillo, dinámico y funcional, con el fin de facilitar su consumo y generar mayor alcance.

Manual de redes sociales

La coordinación contó con un manual institucional para el manejo de redes sociales, el cual funcionó como guía para estructurar y distribuir el contenido de forma efectiva en cada plataforma. Este manual incluyó lineamientos sobre formato, estilo y tipo de publicaciones. Las secciones se dividieron de la siguiente manera:

1. Tipo de contenido:

a. Comunidad:

Videos breves dirigidos a Instagram, Facebook, X y YouTube Shorts. Su propósito es vincular las actividades de ETIUS con los intereses y preocupaciones de la comunidad universitaria.

b. Analiza:

Podcast publicado en Spotify y YouTube. También se difundieron clips destacados en formato breve para Instagram, Facebook y X. Este espacio presenta hallazgos de las observaciones realizadas por ETIUS y discute temas desde un enfoque crítico y contextualizado.

c. Observa:

Videos disponibles en YouTube, Instagram, Facebook y X. En ellos se abordan temas específicos mediante alternativas narrativas, combatiendo la dispersión informativa y promoviendo la comprensión profunda de fenómenos mediáticos.

Además de estas categorías, el manual estableció una línea clara para la realización de **reposts**, con el fin de reutilizar y amplificar el contenido original. En este sentido, se diseñaron formatos específicos —principalmente Reels e historias— para compartir de forma atractiva fragmentos de *ETIUS Analiza* y *Observa*. Los reposts mantenían una línea visual sencilla pero funcional, adecuada al tono institucional y a los hábitos de consumo digital actuales.

2. Formatos:

- a. Posts
- b. Carruseles

- c. Historias y videos independientes
- d. Shorts
- e. Newsletter

3. Plataformas y formatos:

- f. **Instagram:** Carrusel – 1080 x 1080 px
- g. **Historia:** 1080 x 1920 px
- h. **Reel:** 1080 x 1920 px
- i. **Short:** 1080 x 1920 px
- j. **YouTube y Spotify:** 1920 x 1080 px

De acuerdo con este manual, se realizó la publicación de contenido en las diferentes plataformas respetando los formatos establecidos, lo que permitió mantener una imagen coherente y profesional en todas las redes sociales de ETIUS.

Calendario mensual de contenido

Durante este semestre, el equipo de redes no utilizó un calendario mensual tradicional con íconos como en semestres anteriores. En lugar de ello, la organización y asignación del contenido a publicar se gestionó principalmente a través de un grupo de WhatsApp compartido entre los integrantes del equipo y la asesora Verónica Nieva Rivera.

En este grupo se recibían las indicaciones sobre los programas o productos a publicar (por ejemplo, cápsulas de *ETIUS Analiza* o *Observa*), y a partir de ello se definía la línea de contenido semanal. Esta dinámica permitió una coordinación más ágil y directa.

Una vez recibida la indicación, **Santiago Orozco Parra** se encargaba de redactar los *copies* correspondientes para cada publicación. Estos textos eran revisados y, tras su aprobación, **César Eduardo González Velázquez** programaba y publicaba el contenido en las redes sociales institucionales. Una vez realizado, informaba al grupo que el contenido ya había sido publicado.

Este flujo de trabajo se mantuvo constante durante el semestre y permitió una gestión eficiente, especialmente en semanas con múltiples piezas por publicar.

Plan semanal de contenido

Aunque no se elaboró un documento formal de plan semanal en hojas de cálculo como en otros periodos, la planificación operativa se llevó a cabo de forma interna a través del mismo grupo de WhatsApp y seguimiento colaborativo.

Cada semana se definían los siguientes aspectos:

- Red social de publicación
- Hora aproximada de publicación
- Tipo de contenido (video, post, historia, short, reel)
- Estado de publicación (en redacción, aprobado, programado o publicado)

Este sistema permitió mantener una visión clara del flujo de trabajo y asegurarse de que cada pieza saliera en tiempo y forma.

Contenido

El contenido se clasificó principalmente en dos categorías: **publicaciones** e **historias**. Las historias se enfocaban en la difusión breve y directa de mensajes, principalmente en Instagram y Facebook. Las publicaciones, por otro lado, requerían una estructura más completa: imagen, copy, portada y programación, y eran compartidas en múltiples plataformas (Instagram, Facebook, X, YouTube y Spotify, según el tipo de contenido).

Los reposts también fueron parte esencial de la estrategia. Se elaboraron versiones resumidas en formato vertical (1080 x 1920 px) para Reels e historias, con diseños simples que permitieran reforzar la visibilidad de contenidos como *ETIUS Analiza y Observa*.

Plantillas y documentación

Aunque no se utilizó la plantilla anterior de manera completa, se retomaron algunos elementos clave para estructurar cada publicación. A continuación, se resumen los principales elementos que se consideraron:

Publicaciones:



Figura 83. Captura de posts en Instagram y X

- Título
- Formato
- Pilar de contenido
- Plataforma
- Enlaces e información complementaria
- Hashtags
- Copy
- Portada
- Fecha
- Hora de publicación

Historias:



Figura 84. Captura de post en Instagram

- Título
- Formato
- Pilar de contenido
- Plataforma

Este sistema flexible, aunque no basado en documentos estáticos, permitió una **comunicación fluida** y una **ejecución dinámica** de las tareas, adaptándose a las necesidades y ritmo del equipo durante el semestre.

Redes sociales

Instagram

En esta plataforma se hicieron distintos tipos de publicaciones como:

- Posts informativos/ imágenes

- Reels
- Carruseles
- Historias
- Videos independientes sobre ETIUS y difusión del Newsletter

El total de publicaciones que se hicieron durante el verano fueron:

Publicaciones

11



Figura 85. Captura de publicaciones en Instagram

Historias.

22

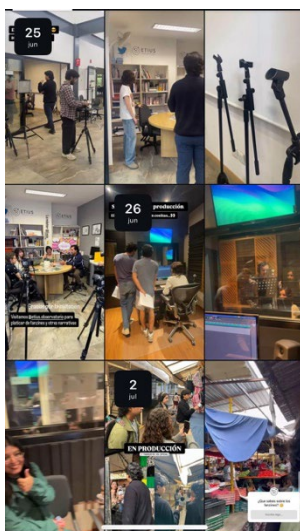


Figura 86. Archivo de posts de Instagram

Videos independientes

- 3 Re –Post
- 3 post de Programas de Investigación
- 5 Reels (Etius Comunidad, Analiza e Independientes)

Estos posts tuvieron la intención de seguir activos en redes sociales, durante el periodo de verano 2025.

Estadísticas

La publicación más viral fue un reel sobre la Jornada Electoral “¡Acompañemos a Héctor a votar!”, obtuvo:

- 46 Likes
- 2 comentarios
- 1 guardado
- 2166 vistas



Figura 87. Ejemplo de post en Instagram



Figura 88. Captura de pantalla de las visualizaciones totales en Instagram

Aquí se puede observar la cantidad de visualizaciones que tiene el perfil. Además, Instagram proporciona el segmento al que pertenecen las personas que ven los videos. En este caso, los seguidores de la página son quienes más consumen el contenido, lo que indica que podría ser útil generar estrategias para alcanzar a más público fuera de los seguidores. Especialmente sería recomendable enfocarse en las historias, ya que es el formato que menos visualizaciones recibe por parte de personas externas a la comunidad actual.



Figura 89. Captura de pantalla de las visualizaciones totales en Instagram

Aquí se puede observar la cantidad de interacciones que los usuarios tienen con los contenidos de la página, como comentarios, "me gusta" o compartidos. En este caso, la mayoría de quienes interactúan son principalmente seguidores, por lo que, al igual que en el punto anterior, sería recomendable incluir más *Call to Action* dentro de los contenidos que se generen. Además, el número de interacciones representa solo el 3.4% de participación, un porcentaje considerablemente bajo en comparación con el 11.89% que se considera estándar, según la página Kolsquare.

Conclusiones y observaciones por red

En conclusión, los contenidos más exitosos de este periodo fueron los reels, ya que no solo lograron un alto número de visualizaciones, sino que también concentraron la mayor cantidad de interacciones por parte de los usuarios, como "me gusta", comentarios y compartidos. Esto demuestra que este formato es el que mejor conecta con la audiencia actual.

Sin embargo, los posts tradicionales, a pesar de haber alcanzado cierto nivel de visualización, presentaron un nivel muy bajo de interacción. Por esta razón, se recomienda desarrollar una estrategia de contenidos enfocada específicamente en los posts, con el objetivo de incrementar su nivel de engagement y aprovechar mejor su alcance.

Asimismo, es fundamental que todos los contenidos que se publiquen en la página — independientemente del formato— incluyan *Call to Action* claros y atractivos, que inviten de manera directa a la audiencia a participar, comentar o compartir. Este tipo de recursos puede marcar una gran diferencia en los niveles de interacción y ayudar a construir una comunidad más activa y comprometida con el contenido.

Facebook

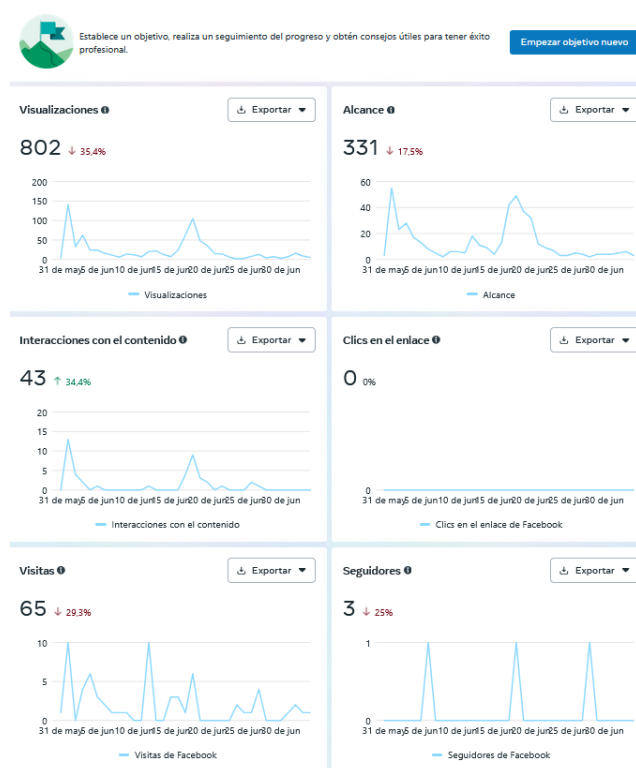


Figura 90. Captura de pantalla de las visualizaciones totales en Facebook

En la siguiente figura se pueden observar las estadísticas de la plataforma Facebook, que en este caso destacan principalmente por mostrar una tendencia a la baja en cuanto a visualizaciones y alcance. Sin embargo, las interacciones reflejan un crecimiento en comparación con otros periodos, lo cual es un indicio positivo del interés del público que sí consume el contenido. En cuanto a la cantidad de seguidores, si bien no hubo una disminución, el crecimiento no alcanzó la tasa esperada.

Ante este panorama, se recomienda diseñar una estrategia específica para Facebook, que contemple la producción de contenidos pensados exclusivamente para esta plataforma. Esto permitiría aprovechar mejor sus dinámicas propias y facilitaría que el contenido llegue a un público más amplio y diverso.

En conclusión, aunque Facebook mostró señales de estancamiento en términos de alcance y crecimiento de audiencia, el incremento en las interacciones es una oportunidad que debe

aprovecharse. Implementar una estrategia enfocada y diferenciada para esta red social podría no solo mejorar los resultados actuales, sino también fortalecer la presencia de la página en este canal a largo plazo.

X (Antes Twitter)

En esta plataforma se hicieron distintos tipos de publicaciones como:

- Hilos
- Re-Post
- Difusión del Newsletter

Hilos de X.

5



Figura 91. Captura de pantalla de un hilo en X



Figura 92. Captura de pantalla del banner principal en X



Figura 93. Captura de pantalla del banner principal en X

En este caso, solo se realizaron cinco publicaciones en la plataforma X durante el periodo analizado. A diferencia del periodo anterior, se registró una pérdida de seguidores, con un crecimiento menor a dos nuevos seguidores, lo que indica una disminución en lugar de mantener o incrementar la comunidad.

Esta baja actividad, sumada a la falta de crecimiento en la audiencia, sugiere que la estrategia actual no está generando el impacto esperado en esta plataforma.

En conclusión, al igual que con Facebook, es necesario replantear el enfoque de contenidos para X. Se recomienda desarrollar una estrategia específica que considere las características y dinámicas propias de esta red social, con el fin de generar mayor interacción, retención y crecimiento de la audiencia.

Youtube

A esta plataforma se le asignaron los podcasts, videos y *shorts* de los distintos programas de investigación. Este análisis corresponde a los contenidos publicados del 1 de junio al 4 de julio de 2025.

1. Vista por contenido

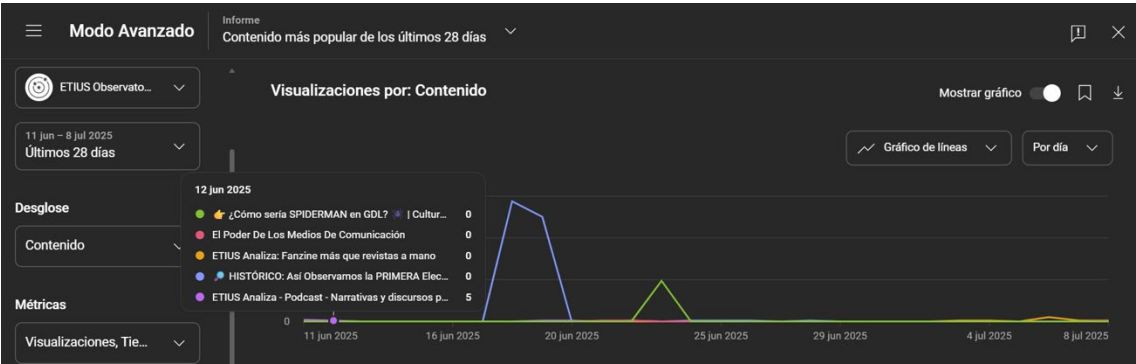


Figura 94. Captura de pantalla de estadísticas en YouTube

El video más visto fue un *Short* relacionado con el Poder Judicial. En general, los contenidos que obtuvieron mayor número de visualizaciones fueron los *Shorts*, por encima de los videos largos o podcasts, lo que sugiere una preferencia de la audiencia por formatos breves y dinámicos.

2. Suscriptores por contenido



Figura 95. Captura de pantalla de suscriptores en YouTube por contenido

Al analizar el tipo de contenido que generó más suscriptores durante el periodo, destaca el video de **ETIUS Analiza**, que logró sumar dos nuevos suscriptores, en comparación con los *Shorts*, que únicamente generaron uno.

Este dato sugiere que, si bien los *Shorts* atraen más visualizaciones, los contenidos largos y de mayor profundidad, como los de **ETIUS Analiza**, son los que logran una mayor conversión en términos de suscriptores. Esto podría significar que los usuarios que se interesan por este tipo de videos encuentran mayor valor en el contenido y están más dispuestos a seguir el canal de forma permanente.

3. Cantidad de impresiones en comparación con cuantas personas se quedaron a mirar el contenido.

Visualizaciones por: Contenido

11 jun 2025

16 jun 2025

20 jun 2025

25 jun 2025

29 jun 2025

Contenido		Visualizaciones	Tiempo de visualización (horas)	Suscriptores	Ingresos estimados	Impresiones	Porcentaje de clics de las impresiones
Duración	Fecha de publicación						
☒ Total		1.965	21,4	5	—	4.667	3,6 %
☐ 1:41	HISTÓRICO: Así Observamos la PRIMERA Eleccion ...	1.376 70,0 %	5,9 27,4 %	1 20 %	— —	199	3,5 %
☐ 3:00	¿Cómo sería SPIDERMAN en GDL? * Cultura Po...	246 12,5 %	0,2 0,8 %	0 0 %	— —	85	1,2 %
☐ 36:41	ETIUS Analiza: Fanzine más que revistas a mano	49 2,5 %	3,7 17,1 %	2 40 %	— —	145	11,7 %
☐ 33:37	ETIUS Analiza - Podcast - Narrativas y discursos public...	28 1,4 %	2,3 10,8 %	0 0 %	— —	21	33,3 %
☐ 1:07	El Poder De Los Medios De Comunicación	24 1,2 %	0,3 1,3 %	0 0 %	— —	182	4,4 %
☐ 42:56	Representación, política y diversidad sexual ETIUSAnal...	23 1,2 %	0,9 4,0 %	0 0 %	— —	29	24,1 %
☐ 38:45	Cómic y Cultura: El lado Tapatio del Cómic ETIUS Anal...	23 1,2 %	1,2 5,8 %	0 0 %	— —	89	5,6 %
☐ 33:49	Lo que no se ve de la marcha del 8M ETIUS Analiza	21 1,1 %	2,6 12,0 %	0 0 %	— —	210	2,9 %

Figura 96. Captura de pantalla de impresiones en YouTube por contenido

4. Analisis general

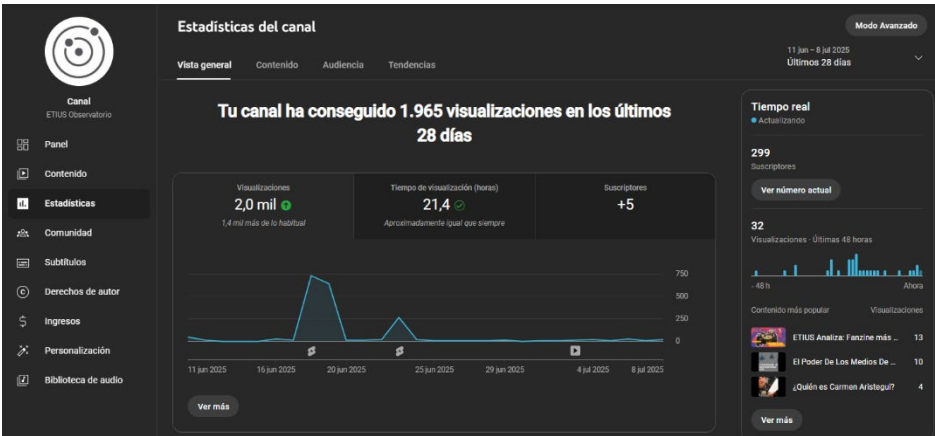


Figura 97. Captura de pantalla de Perfil de ETIUS en YouTube

Durante el periodo del 1 de junio al 4 de julio de 2025, el canal de YouTube publicó contenido en distintos formatos, incluyendo videos largos, podcasts y *Shorts*. Los *Shorts* obtuvieron el mayor número de visualizaciones, destacando uno relacionado con el Poder Judicial, lo que confirma la preferencia de la audiencia por contenidos breves. No obstante, el video que generó más suscriptores fue un episodio de **ETIUS Analiza**, con dos nuevas suscripciones, frente a una obtenida por los *Shorts*. Esto sugiere que los contenidos largos tienen un mayor impacto en la fidelización del público, mientras que los *Shorts* funcionan mejor para ampliar el alcance

- Los *Shorts* fueron el formato más visto del periodo.
- El tema del Poder Judicial generó alto interés en formato corto.
- El video largo de **ETIUS Analiza** generó más suscripciones que los *Shorts*.
- Los formatos largos favorecen la fidelización; los cortos, el alcance.
- Se recomienda mantener una estrategia combinada que aproveche ambas fortalezas.

Newsletter

Antecedentes

El *newsletter* del Observatorio de Comunicación y Cultura ETIUS ha pasado por distintas etapas a lo largo de los últimos años, respondiendo a las necesidades y enfoques de cada momento. En algunas versiones anteriores, se concibió principalmente como un espacio de recopilación de resultados, donde se difundían las actividades, investigaciones y productos generados por las diferentes coordinaciones del Observatorio.

En otras ocasiones, el boletín adoptó una lógica más editorial, incorporando notas, artículos breves y reflexiones que no solo informaban, sino que buscaban generar lectura y posicionamiento en torno a temas de coyuntura. Estas versiones ofrecían un tono más abierto y narrativo.

A partir del verano de 2025, se planteó la necesidad de consolidar una nueva etapa del *newsletter*, a partir de una propuesta híbrida: recuperar lo mejor de ambas aproximaciones. Por un lado, seguir difundiendo los productos clave de cada coordinación; por otro, articular los contenidos bajo una temática y narrativa que permita ofrecer al lector una experiencia de lectura

coherente, con sentido crítico y enfoque editorial. Esta etapa busca que el boletín no sea solo un canal de difusión, sino también un espacio que dialogue, interprete y proponga.

Sustento Teórico

Durante el verano de 2025, desde la Coordinación de Comunidades del Observatorio de Comunicación y Cultura ETIUS, se decidió retomar y repensar el *newsletter* mensual como una vía de diálogo más directa y estratégica con las audiencias. Existía un desafío particular: la intensidad del periodo de verano, donde los tiempos son reducidos, los equipos más acotados y el trabajo ocurre en una lógica mucho más intensiva que en semestres regulares. Esto obligó a optimizar recursos y decisiones, apostando por formatos más concisos, con enfoque temático y sentido editorial claro.

La edición de junio de 2025, la primera retomada tras una pausa, se concibió como una transición. Si bien gran parte de su contenido consistió en enlaces a carruseles y videos ya publicados en redes, se incluyó también una crónica original sobre la elección judicial del 1º de junio, que marcó un momento clave tanto para la política mexicana como para la observación crítica que define al Observatorio.

El objetivo de fondo era claro: revivir el *newsletter* como un espacio para el pensamiento crítico, la vinculación y la construcción de comunidad, en línea con los siguientes principios que definen el trabajo de ETIUS:

- Mirada crítica al entorno
- Producción y circulación del conocimiento
- Formación de audiencias críticas
- Alfabetización mediática

Desarrollo

Boletín de junio— Nuevas formas de contar historias

La edición de junio sirvió como punto de partida. Se tomó como referencia el boletín de marzo, el último publicado antes de la pausa. A partir de ese modelo se ajustaron secciones, tono y diseño, buscando continuar una línea editorial clara, pero con un enfoque más

estratégico y narrativo. Reunió cuatro piezas clave del trabajo editorial y de observación de ETIUS:

- **Crónica de la elección judicial (1º de junio):** Una pieza original que relata cómo se vivió, desde dentro del observatorio, la jornada histórica de la primera elección judicial en México.
- **Carrusel de los Cuatro Antropocénicos:** inspirado en Christophe Bonneuil, este producto visual buscó dar forma a las distintas maneras de contar la crisis ambiental, a partir de personajes que encarnan posturas y narrativas específicas. El carrusel se basó en hallazgos de investigación realizados durante el semestre de primavera 2025.
- **Carrusel de publicidad y género:** se recuperaron anuncios de moda publicados en Guadalajara entre los años 40 y 70, para analizar cómo se construía la figura de la mujer en la publicidad. La curaduría permitió detectar continuidades y rupturas con los discursos contemporáneos.
- **Video del Orgullo LGBTQ+:** retomando una entrevista hecha en 2024 con Gabriela Rivero y Arséne Abaroa, se compartió una conversación sobre representación, diversidad sexual y derechos humanos, en el marco del Mes del Orgullo.

Aunque estas piezas ya habían sido difundidas en redes sociales, su inclusión en el *newsletter* permitió reordenarlas bajo una narrativa coherente y dotarlas de un nuevo marco interpretativo. La introducción y el cierre del boletín funcionaron como puentes entre los temas, articulando la intención común de visibilizar fenómenos comunicativos que atraviesan la vida cotidiana y los debates públicos.

El diseño mantuvo una línea sobria y funcional, coherente con la imagen institucional de ETIUS, y fue distribuido a través de Mailchimp, plataforma que permitió el monitoreo básico de apertura y clics.



Figura 98 (Izquierda). Título e introducción del boletín de junio

Figura 99 (Derecha). Cierre del boletín de junio

Boletín de julio- ETIUS se inunda de imágenes

El boletín de julio funcionó como una continuación y consolidación del nuevo modelo editorial iniciado en junio. Esta vez, la propuesta híbrida entre producto editorial y recopilación de contenidos mensuales se fortaleció al integrar piezas provenientes de *Entre Saberes* (espacio digital creado por el ITESO para compartir el conocimiento de la universidad con las personas a través de artículos, reportajes, entrevistas y más) junto con productos elaborados por los distintos programas de investigación de ETIUS. Se incluyeron dos nuevas secciones:

- Lecturas recomendadas
- Taza del mes

Para la introducción a cada sección se eligió una nueva tipografía que tuviera sentido estético para el contenido de cada sección.

A diferencia del mes anterior, el *newsletter* se escribió a principios de julio, lo que implicó una limitación: no fue posible incluir algunos productos relevantes que aún estaban en desarrollo. Aun así, se logró construir una narrativa coherente y representativa del trabajo realizado en las últimas semanas.

Esta edición reunió cinco productos clave:

- **Artículo sobre resiliencia comunitaria ante inundaciones:** Se retomó una nota publicada en *Entre Saberes* sobre la investigación de Laura Guzmán Gutiérrez, estudiante

de posgrado en el ITESO, quien trabaja con vecinxs de la colonia Miramar en Zapopan para fortalecer las capacidades comunitarias frente al riesgo de inundaciones derivadas del cambio climático. La pieza permitió vincular el conocimiento académico con la acción local, en el contexto de las lluvias intensas que afectaron a la ZMG durante el verano.

- **Artículo sobre carteles e interculturalidad:** También desde *Entre Saberes*, se incorporó una nota sobre la convocatoria internacional *Futuros Posibles*. Esta iniciativa reunió 316 carteles de diseñadores de 36 países que imaginaron soluciones gráficas a desafíos globales.
- **ETIUS Comunidad- ¿Ahora quién podrá salvarnos?:** Se incluyó una publicación en la que se visitó la *Frikiplaza* para abrir el diálogo entre la ficción y la realidad: ¿Cómo reaccionarían los personajes de los cómics a las problemáticas de nuestra ciudad?
- **ETIUS Analiza- Fanzine más que revistas a mano:** Se compartió un video reciente de *ETIUS Analiza*, en la que reflexionamos sobre los fanzines, esas publicaciones alternativas que, desde sus orígenes, han servido como espacios de resistencia, expresión colectiva y experimentación editorial.
- **ETIUS Analiza- Antropoceno:** Finalmente, se incluyó el *repost* del ETIUS Analiza de octubre 2023 en el que se conversó con la Dra. Susana Herrera Lima y la Mtra. Maria Quinn sobre el antropoceno.

Además de los contenidos, se aprovechó esta edición para invitar a la comunidad a participar activamente en el boletín. Como gesto simbólico, se lanzó una convocatoria abierta para que lxs lectorxs compartieran una foto de su taza favorita, con la intención de elegir una para la edición de agosto, esto en la nueva sección de *Taza del mes*. Esta propuesta busca hacer del *newsletter* un espacio más cercano, cotidiano y colectivo.

El diseño siguió la línea sobria y funcional definida en el boletín anterior, con encabezados breves, textos introductorios y llamados a la acción acompañados de hipervínculos. Se distribuyó nuevamente por Mailchimp, que permitió dar seguimiento a la tasa de apertura y clics, además de facilitar su consulta multiplataforma.



Figura 100 (Izquierda). Sección de lecturas recomendadas

Figura 101 (Derecha). Dinámica de Taza del Mes

Reto operativo y continuidad

Uno de los principales desafíos fue el ajuste de tiempos entre un boletín y otro. Apenas se envió la edición de junio, fue necesario iniciar de inmediato con la planeación y redacción del boletín de julio. Esto implicó organizar rápidamente las ideas editoriales, revisar avances de otros equipos y definir un nuevo enfoque que diera continuidad al giro propuesto, pero que también respondiera a los intereses y momentos del Observatorio en tiempo real.

El ritmo acelerado obligó a priorizar temas, condensar procesos y coordinar esfuerzos con las demás áreas de ETIUS para no comprometer la calidad del producto editorial.

Resultados

Campaña de junio

La campaña del boletín de junio 2025 fue enviada a través de la plataforma Mailchimp el 24 de junio a las 9:00. A pesar de ser un relanzamiento tras varios meses sin ediciones, los resultados fueron positivos y mostraron un interés considerable por parte de la audiencia.

La tasa de apertura alcanzó el 63.2%, más del doble que la edición de marzo (30.4%). Esto indica un mayor interés inicial por parte de los destinatarios. Aún más notable fue el incremento en la tasa de clics, que pasó de un discreto 3.5% en marzo a un sólido 49.6% en junio, lo que representa una mejora de más de 46 puntos porcentuales. También subieron los

clics por apertura única de 11.4% a 78.5%, lo que confirma que quienes abrieron el correo se involucraron activamente con los contenidos.

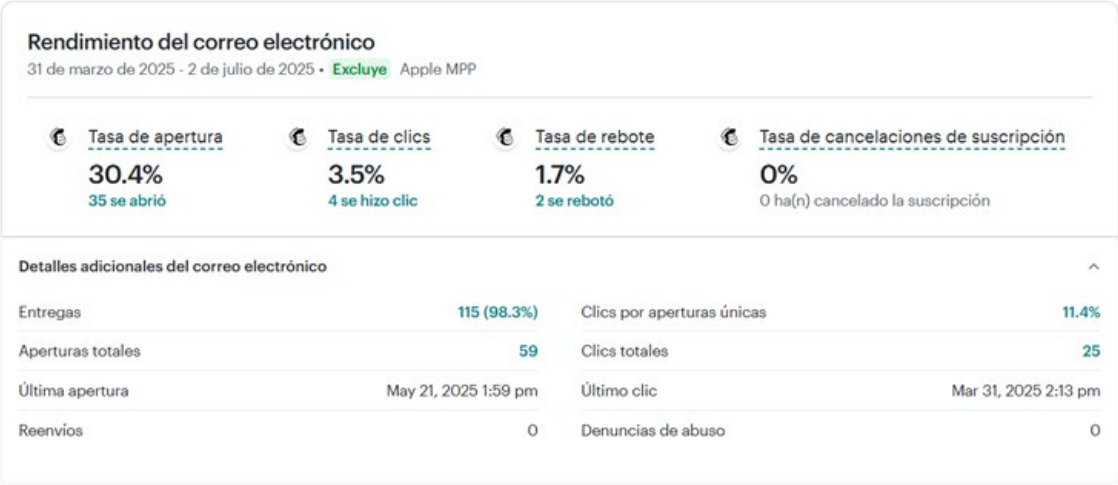


Figura 102. Estadísticas del boletín de marzo de Mailchimp

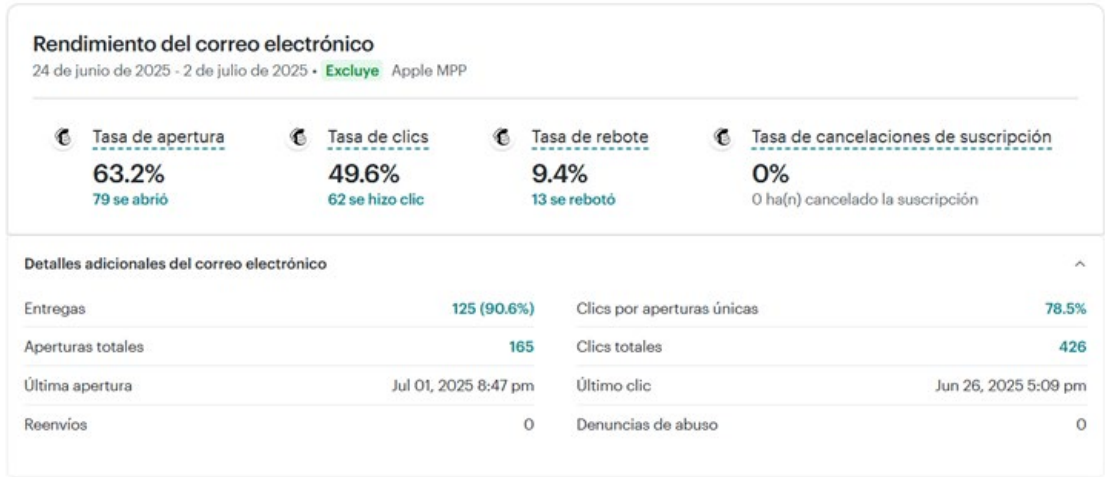


Figura 103. Estadísticas del boletín de junio de Mailchimp

Además, el boletín de junio fue entregado a una audiencia ligeramente mayor (125 personas vs. 115 en marzo), manteniendo una tasa de cancelación de suscripción y denuncias en cero. La tasa de rebote aumentó de 1.7% a 9.4%

Campaña de julio

La campaña del boletín de julio 2025 fue enviada el 10 de julio, menos de tres semanas después del envío anterior.



Figura 104. Estadísticas del boletín de julio de Mailchimp

La tasa de apertura fue de 31.5%, lo que representa una caída significativa en comparación con la edición de junio (63.2%), aunque se mantiene en un nivel similar al boletín de marzo (30.4%). Este descenso puede explicarse, en parte, por la saturación de contenidos en temporada vacacional y por el menor tiempo de promoción previo al envío.

La tasa de clics también fue menor respecto a junio: 6.3% frente al 49.6% de la edición anterior. No obstante, el resultado sigue siendo más alto que el 3.5% registrado en marzo. Lo mismo ocurre con los clics por apertura única, que se ubicaron en 20%, una cifra mucho menor que el 78.5% de junio, pero aún por encima del 11.4% de marzo.

La campaña de julio fue entregada a una audiencia ligeramente mayor (127 personas), con una tasa de rebote de 8% (11 correos), sin cancelaciones ni denuncias de abuso. El total de clics fue de 16, y se registraron 93 aperturas totales.

Estos datos sugieren que, si bien el boletín de julio mantuvo la base de lectores interesada, la cercanía temporal con el boletín de junio y el ritmo intensivo de trabajo influyeron en una menor interacción. La diferencia entre ambas ediciones permite reflexionar sobre la importancia de los tiempos de difusión, la promoción previa y el tipo de contenido que se selecciona para cada entrega.

Conclusiones

El boletín de junio funcionó como experimento y punto de partida. Tomó como base el formato anterior (marzo 2025), pero incorporó elementos narrativos que buscaron ofrecer una experiencia editorial más rica. Los datos respaldan esta apuesta: se duplicó la tasa de apertura, se multiplicaron los clics y se mantuvo el interés del público a lo largo del mensaje. Fue una edición que probó que existe una audiencia interesada en consumir contenidos del Observatorio en este formato, siempre que se presente con un enfoque curado, articulado y visualmente cuidado.

Para el boletín de julio, se consolidó la idea de apostar por una narrativa editorial con una curaduría temática y un enfoque de construcción de comunidad. Aunque sus métricas fueron menores que las de junio, especialmente en tasa de apertura y clics, los datos siguen mostrando un desempeño similar o superior al boletín de marzo. Esto confirma que el formato aún tiene potencial, pero que factores como la cercanía entre ediciones, el contexto vacacional o la falta de promoción previa pueden afectar el alcance y la interacción.

El relanzamiento del newsletter durante el verano de 2025 no solo implicó recuperar una herramienta comunicativa en pausa, sino repensarla desde su raíz. La decisión de hacerlo desde la Coordinación de Comunidades respondió a una necesidad concreta: fortalecer el vínculo entre ETIUS y su audiencia mediante un canal editorial propio, con voz, intención y sentido estratégico. Esto marcó una diferencia clave con etapas anteriores, donde la lógica operativa recaía en la Coordinación de Producción.

Finalmente, el trabajo realizado durante este verano demostró que, incluso en contextos de alta exigencia y tiempos reducidos, es posible sostener un producto comunicativo significativo. La clave está en el trabajo colaborativo entre coordinaciones, la claridad editorial y el reconocimiento de que el boletín no es solo un medio de difusión, sino una apuesta por construir esfera pública crítica desde el entorno universitario.

Copys

El proceso de elaboración de copys para las publicaciones de ETIUS fue a partir de la observación y análisis del contenido generado por el equipo de producción. En algunos casos, también se tomó como base el guion correspondiente. A partir de estos insumos, se realizó una labor de síntesis orientada a generar textos breves, claros y atractivos, con el objetivo de favorecer su recepción en redes sociales y fomentar la participación de la audiencia. La intención fue traducir los temas complejos en mensajes accesibles, sin perder profundidad ni intención crítica.

Para la escritura de los copys resultaron útiles los fundamentos del periodismo, en particular la práctica de redactar sumarios informativos. Esta lógica se aplicó en la elaboración de los textos para redes sociales y en la elaboración de descripciones para videos, ya que cada copy debía ofrecer un resumen claro del contenido y, al mismo tiempo, incluir un gancho que captara la atención de las audiencias.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de los copys publicados:

Observamos la Elección Judicial

En ETIUS estamos observando de cerca los contenidos relacionados con las elecciones del Poder Judicial, hoy 1º de junio.

Hemos encontrado de todo: desde boletas robadas hasta casillas que no abren por falta de funcionarios. La participación al momento ha sido baja y sigue habiendo mucha confusión sobre los procesos y lxs candidatxs.

Descubre junto con nuestro equipo cómo se está llevando a cabo esta jornada histórica para el país.

¡Ha sido una mañana bastante movida en el observatorio!

Cuéntanos, ¿cómo estás viviendo estas elecciones?

Síguenos para estar al tanto de todo lo que ocurre a lo largo de este proceso.

ETIUS Observa- La Polarización en las Elecciones

“¡Va por ti viejón!”

“La destrucción de la democracia”

¿Por qué ciertos discursos políticos dominaron la conversación durante las elecciones judiciales?

El proceso del 1º de junio dejó ver mucho más que votos: mostró lo limitados que son los debates sobre temas públicos.

Acompáñanos a analizarlo.

CARRUSEL PUBLICIDAD

¿Qué dicen los anuncios sobre las mujeres?

¿Realmente han cambiado los discursos... o solo se maquillaron distinto?

Nos metimos a analizar la evolución de las diferentes formas de publicidad en la moda femenina en Guadalajara, desde la Segunda Guerra Mundial hasta el final de la década de 1970.

Comparte tu opinión en los comentarios.

ETIUS COMUNIDAD- FRIKIPLAZA

¿Y si Spiderman viviera en Guadalajara?

¿Marcharía por el Parque Rojo? ¿Hubiera votado en las elecciones judiciales? ¿Se molestaría por las Cybertrucks?

En esta edición de ETIUS Comunidad, visitamos la Frikiplaza para abrir el diálogo entre la ficción y la realidad: ¿Cómo reaccionarían los personajes de los cómics a las problemáticas de nuestra ciudad?

Utilizamos rostros conocidos para pensar en temas reales.

¿Tú qué opinas?

Cuéntanos en los comentarios y séguenos para ser parte de estas conversaciones.

Talleres

Introducción

El Observatorio de ETIUS tiene como objetivo central la producción de conocimiento a través de diversas líneas de investigación. Sin embargo, su misión no se limita a la producción académica: también asume el compromiso de difundir ese saber de manera accesible, contribuyendo así a la formación de audiencias críticas.

Desde la Coordinación de Comunidades y Talleres, proponemos como estrategia para cumplir con esta doble tarea —divulgación y formación— el diseño e implementación de

espacios educativos que traduzcan los temas de interés en formatos participativos, capaces de estimular la reflexión y el pensamiento crítico.

Tomando esto en cuenta, presentamos el desarrollo de un taller de alfabetización en comunicación política. Su propósito es abordar de manera crítica el fenómeno de la desinformación en el entorno mediático actual, a través de una experiencia educativa que articule herramientas conceptuales con ejercicios prácticos.

El taller parte de un ejercicio especulativo: la construcción de un escenario ficticio donde el sistema de medios ha colapsado a raíz de una pandemia que convierte a las personas infectadas en seres violentos, semejantes a zombies. Desde ese contexto extremo, buscamos explorar las posibilidades de sostener la comunicación política como una práctica constitutiva de lo colectivo, incluso en ausencia de los dispositivos tecnológicos que hoy concentran la producción y circulación de información.

Tomando como base el modelo de comunicación política en un “estado de naturaleza” propuesta por, la propuesta invita a las y los participantes a reconocer que la política no nace en el gobierno, las instituciones o los medios, sino en la necesidad de un grupo humano de organizarse, tomar decisiones colectivas y construir formas de autoridad simbólica.

En este mundo imaginado —sin ciudad, sin instituciones, sin estructuras de orden—, las preguntas fundamentales no se reducen a cómo sobrevivir, sino que se amplía hacia interrogantes sobre: ¿cómo nos organizamos?, ¿cómo decidimos?, ¿cómo nos comunicamos? ¿dónde decidimos invertir nuestra energía y nuestros esfuerzos?

Nuestra participación en la Coordinación de Talleres, en el marco del Proyecto de Aplicación Profesional, busca contribuir no solo a la producción de conocimiento académico, sino también, desde nuestras disciplinas, al diseño de estrategias de formación y comunicación que amplíen el impacto social del Observatorio.

Marco Teórico

La comunicación política es el proceso mediante el cual se transmite, difunde e intercambia información con fines políticos. No se limita a ser una herramienta electoral o una estrategia de marketing, sino que constituye una práctica social profunda. Desde una perspectiva crítica, se comprende como una dinámica relacional, simbólica y situada históricamente, que produce sentido colectivo y permite la configuración de lo político como espacio de lo común, incluso en contextos de crisis o colapso institucional.

En situaciones donde las instituciones formales colapsan, la comunicación política adquiere un rol fundamental: sostiene lo político como posibilidad de diálogo, conflicto, resistencia y reconstrucción de lo común. No se trata de idealizar un pasado tribal ni de postular una utopía rousseauiana; por el contrario, este enfoque opera como una estrategia pedagógica crítica, que cuestiona la idea hegemónica de que la política surge exclusivamente a partir de las instituciones modernas.

Como plantea Rossana Reguillo (2017), comunicar es también un acto de hacer ver, y en ese gesto profundamente político se juega la posibilidad misma de lo común. Así, la comunicación política se aleja de la concepción reduccionista que la asocia exclusivamente con propaganda estatal o transmisión unilateral de información. Se entiende más bien como una práctica relacional que permite crear consensos, habilitar el conflicto, generar alianzas, disputar significados y fundar nuevas formas de lo público.

Este enfoque resalta que incluso en acciones cotidianas —como el reparto de alimentos, una alerta sanitaria o la decisión de confiar en un mensaje externo— se activan procesos políticos fundamentales: se negocia, se construyen jerarquías simbólicas, se configuran autoridades y se delimita qué puede o no puede ser dicho. Todo esto puede ocurrir sin el respaldo de medios oficiales ni de estructuras institucionales formales, evidenciando la profundidad política de la vida cotidiana.

Desde esta perspectiva, la comunicación política cumple una doble función. Por un lado, permite una alfabetización crítica de los procesos comunicativos y políticos más elementales, fortaleciendo la colectividad y la resistencia desde lo cotidiano. Por otro, proporciona

herramientas analíticas para comprender la complejidad actual del ecosistema comunicativo, caracterizado por la centralización mediática, la lógica algorítmica y la concentración del poder simbólico.

Paláu Cardona y Larrosa Fuentes (2014), destacan que todos los sistemas de comunicación que operan en un mismo espacio geográfico, histórico y bajo condiciones estructurales afines poseen trayectorias similares, modeladas por coyunturas, actores e instituciones propias de la cultura que los compone —como fundaciones, fusiones o crisis— marcan giros históricos dentro de los sistemas, y permiten identificar desequilibrios estructurales de poder, como los oligopolios mediáticos o la concentración de la información.

Desde una formulación actualizada, Larrosa-Fuentes (2022) define la comunicación política como un conjunto de prácticas deliberadas —interpersonales, grupales o mediáticas— mediante las cuales se intercambian mensajes, signos y símbolos con el propósito de construir, mantener o desafiar estructuras de poder en una comunidad. Este enfoque amplía significativamente la comprensión tradicional, al incluir en el campo de lo político tanto actos institucionales formales (como una rueda de prensa presidencial) como acciones comunitarias o digitales (como una asamblea vecinal o algo viral que moviliza una protesta).

Además, introduce el concepto de función epistémica de la comunicación política, es decir, su rol en la generación de conocimiento colectivo sobre lo político. Esta función abarca procesos que van desde el diagnóstico de problemas compartidos, hasta la formulación de valores y la creación de normas. El éxito de esta función no se mide únicamente en términos de acción, sino en cómo las personas comprenden y perciben la realidad política antes de actuar.

En complemento, Paláu Cardona y LarrosaFuentes (2014) aportan una perspectiva sistémica que considera que todos los sistemas de comunicación operan en un marco geográfico, histórico y estructural determinado, y que comparten trayectorias similares marcadas por coyunturas, actores e instituciones propios de su cultura. Las coyunturas —como fundaciones, fusiones o crisis— marcan giros históricos relevantes y permiten identificar desequilibrios de poder como la concentración mediática o la formación de oligopolios comunicativos.

Comprender estos factores —los recursos disponibles, las condiciones climáticas, las estructuras jerárquicas, las relaciones simbióticas o los mecanismos de anexión o resistencia— permite una lectura más crítica de los conflictos de interés, una mejor capacidad para detectar vacíos informativos, exigir rendición de cuentas y denunciar violaciones éticas o jurídicas en la vida política y mediática.

Ahora bien, para comprender en profundidad la dimensión política de la vida cotidiana y su vulnerabilidad ante los marcos de control, es clave incorporar el concepto de estado de excepción, desarrollado por Giorgio Agamben (2003). Este autor advierte que la excepción —entendida como suspensión provisional del derecho para enfrentar una emergencia— se ha convertido en la norma de gobierno en las democracias contemporáneas. Bajo este régimen, el orden jurídico se interrumpe para garantizar su continuidad, generando una paradoja: se incluye a ciertos sujetos en el sistema legal mediante su exclusión. A esto Agamben lo llama *vida desnuda* —una vida que puede ser gobernada, pero no protegida.

Desde esta perspectiva, los estados de excepción perpetuos permiten formas de violencia institucional que despojan a sectores enteros de la ciudadanía de su condición política, convirtiéndolos en cuerpos expuestos al control, la vigilancia o incluso la eliminación física sin consecuencias legales. La comunicación política, en este contexto, no solo es una herramienta de articulación colectiva, sino también un espacio de resistencia y visibilidad: una forma de disputar el sentido cuando la legalidad ya no garantiza justicia, ni inclusión.

Así, integrar la mirada de Agamben permite enriquecer la comprensión crítica de la comunicación política como práctica relacional y simbólica, especialmente en contextos de crisis estructural, violencia institucional y suspensión del derecho. Su propuesta dialoga directamente con las teorías revisadas en este marco y reafirma que lo político no depende exclusivamente de las instituciones, sino de la capacidad de narrarnos, de vernos, y de organizarnos incluso —y sobre todo— cuando se desmorona el orden jurídico.

Objetivos

Objetivo general:

Reflexionar críticamente sobre la comunicación política como práctica relacional, simbólica y situada, a partir de una experiencia pedagógica especulativa que simula un escenario de colapso institucional y mediático, con el fin de comprender sus fundamentos más allá de las estructuras modernas de poder.

Objetivos específicos:

- Explorar las bases de la comunicación política en contextos sin infraestructuras formales, medios masivos ni dispositivos tecnológicos.
- Fomentar la alfabetización política y comunicativa a través de dinámicas participativas como dramatizaciones, roleplay y simulaciones comunitarias.
- Ejercitar la capacidad de negociación simbólica, construcción de autoridad y toma de decisiones colectivas como formas primarias de lo político.
- Habilitar espacios pedagógicos donde lo político y lo comunicativo se unan, promoviendo la creación de lo común desde la práctica cotidiana y afectiva.
- Desarrollar herramientas críticas para comprender la comunicación política contemporánea, marcada por la centralización mediática, el control algorítmico y la concentración del poder simbólico.

Planeación de la Propuesta

Taller: Comunicación política desde el colapso

Se presenta un taller como una propuesta de alfabetización en comunicación política, basada en un ejercicio especulativo: la construcción colectiva de un escenario hipotético en el que el sistema de medios colapsa tras una pandemia global. Dicha pandemia transforma a los individuos infectados en entidades violentas, similares a zombies. Aunque puede parecer extrema, esta premisa no obedece a una lógica catastrofista ni a una visión distópica en sentido estricto. Su objetivo es suspender el presente conocido y habilitar un espacio imaginativo para repensar la comunicación política en sus formas más elementales y fundantes.

En este mundo colapsado —sin instituciones, sin medios masivos, sin redes digitales ni Estado— se vuelve urgente la pregunta: ¿Cómo se sostiene la comunicación política cuando desaparecen sus dispositivos técnicos e infraestructurales habituales?

El taller invita a explorar esta pregunta mediante dinámicas de roleplay, dramatización y simulación comunitaria, desde una perspectiva que concibe la política no como una extensión del Estado, los medios o el mercado, sino como una capacidad humana fundamental: la de negociar, tomar decisiones colectivas y construir formas de autoridad simbólica. El ejercicio se divide en acciones de política interior y de política exterior, así como invertir en modelos que fomenten la paz y explotación de recursos interna, como la guerra y el saqueo de otros territorios.

Lejos de la institucionalidad urbana, el taller sitúa la acción política en los márgenes, en archipiélagos periféricos, en pequeñas comunidades que, ante el vacío de poder, deben reconstruir el sentido de comunidad.

Con este juego se fomentará una comprensión crítica de la política como una forma de vida colectiva más que como una estructura formal de gobierno.

Pensar desde el colapso no significa negar el presente, sino visibilizar su fragilidad. Imaginar un escenario sin medios ni Estado permite reconocer hasta qué punto dependemos de ciertos dispositivos para organizarnos, y cuánto de lo político puede —y debe— sostenerse desde la práctica comunitaria, afectiva y cotidiana.

En este sentido, el taller se configura como un laboratorio político-pedagógico, donde se entrelazan enseñanza y acción, y donde se habilitan nuevas formas de pensar la comunicación no como instrumento del poder, sino como práctica generadora de lo común.

Metodología del juego

Instrucciones del Juego: Resistencia Insular

Objetivo del Juego

Construir y mantener un sistema comunitario capaz de resistir amenazas como zombies, hambruna e inclusive otros jugadores, sin perder la capacidad de comunicarse ni de tomar decisiones colectivas. El juego se divide en acciones de política interior y de política exterior, dando libertad y autonomía a los grupos para invertir en modelos tanto que fomenten la paz y explotación de recursos interna, como la guerra y el saqueo de otros territorios.

El juego se gana si tres islas logran establecer una comunicación de nivel diplomático o una misma isla obtiene el control de otra isla y ocho islotes. Se pierde si:

- No quedan más de tres islas contiguas en el juego (Pérdida universal)
- alguna isla obtiene el control de otra isla y ocho islotes (Pérdida universal)
- Solo queda un miembro en la isla (Cosa que puede ocurrir por hambre o zombies)
- Los zombies duran una ronda completa en la isla principal.
-

Materiales

- Dos dados que proveen recursos dependiendo de su resultado.
- Hilos y cinta para materializar y visibilizar los caminos construidos
- Un dado especial para el movimiento de los zombies.
- 20 hojas de papel cortadas en 4.
- 5 listas de roles y funciones (una para cada isla)
- Pizarrón para proyectar.
- Cronometro.
- Representaciones de comunicación e industrialización
- Baraja de cartas acorde a los números que posean los islotes circundantes a las islas, para la elección de los islotes que se verán afectados por los zombies.
- 20 representativos de industrialización
- 25 representativos de comunicación
- 10 fichas para identificar ataques bélicos
- 10 fichas para identificar defensas bélicas
- 10 representativos de “muros” de defensa bélica
- 10 representativos de “caminos” de ataque bélico
- 100 billetes/cartas/hojas de “Ladrillo”
- 100 billetes/cartas/hojas de “Reciclaje”

- 100 billetes/cartas/hojas de “Información”
- 100 billetes/cartas/hojas de “Alimento”
- 100 billetes/cartas/hojas de “Agua”

Para empezar

Previo a iniciar el ejercicio, se deberá acomodar el espacio como se ilustra a continuación:

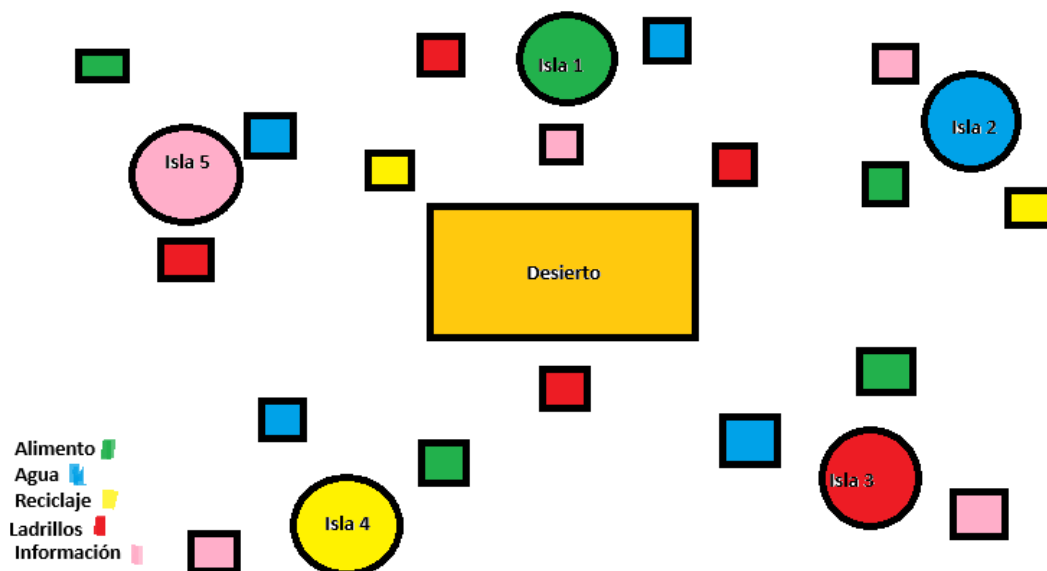


Figura 105. Configuración de mesas

A cada participante, previo a la impartición del taller, se le brindará una ficha o papel de un color (Amarillo, Rojo, Azul, Verde o Negro), en representación de la isla a la que aleatoriamente pertenecerán. Se les pedirá que se sienten alrededor de escritorios decorados con el color al que pertenecen, y serán la representación física de la isla en el mundo. Alrededor de estas islas se esparcirán otras mesas en representación de los islotes que se muestran en la ilustración, cada islote siendo productor de un recurso particular una vez que se posee por alguna isla. Las cantidades específicas de recursos que se producen y las normas para obtenerlos, así como la lógica y posibilidad económica para gastarlos, se cubren en las siguientes secciones de reglas y economías. Al centro y separando las islas existe un desierto, el cuál limita la posibilidad comunicativa entre islas que no sean contiguas.

Delimitación de Territorio y Recursos

Cada equipo controla una isla. Cada isla posee un recurso nacional (de los 5 recursos que hay disponibles en el juego). Este recurso se obtiene en 5 unidades cada ronda.

Recursos Primarios:

- Alimento (Verde) -> La energía que mueve a la población
- Agua (Azul)-> Indispensable en varias acciones
- Reciclaje (Amarillo)-> Campos de chatarra del “Viejo Mundo” de donde se pueden rescatar artefactos para reconstruir tecnología, armas bélicas, etc.
- Ladrillos (Rojo) -> Permite desarrollo de infraestructura y expansión
- Información (Negro) -> El conocimiento es poder

Existen 4 roles principales.

Cada isla deberá elegir a un líder: Aquella persona que tome decisiones finales en materia de política exterior.

Cada isla deberá elegir un banco: Aquella persona que se encargue de contabilizar los recursos que se obtienen y se tienen disponibles cada ronda, así como destinarlos en las decisiones a las que se lleguen comunitariamente. Esta persona deberá estar atenta al territorio que se posee para reconocer los recursos que ingresan, así como estar al tanto de los acuerdos comerciales existentes para destinar y recibir los recursos acordados. Las acciones de envío y recibo de recursos a nivel comercial no cuentan como acciones; son ilimitados.

Cada isla deberá elegir un juglar: Aquella persona que se encarga de las comunicaciones; Redactar los mensajes, realizar los pictogramas, ir de emisario una vez alcanzado el nivel radio, mantener relaciones exteriores alcanzado el nivel diplomático.

Si quedan miembros en una isla sin rol por asignar, se les conoce como pueblo. El pueblo es un comodín, y tiene la capacidad de realizar cualquier acción del líder (menos sacrificios o iniciar saqueos, aunque pueden continuar estas acciones ya habiéndose iniciado un conflicto en un islote) o del juglar.

Reglas

Cada ronda dura un minuto (cronometrado). Las primeras 5 rondas no es necesario poseer alimento ya que las arcas del banco están llenas, y poseen: x5 de alimento, x3 de chatarra y x1 de información. A partir de la sexta ronda, ninguna isla puede operar una ronda sin alimento. Por la duración de cada ronda, cada participante posee la capacidad de realizar una acción. Las acciones que competen a cada jugador son las siguientes:

Líder:

- Crear rutas que lleven a islotes y otras islas.
- Crear plantas que aumenten la producción de recursos.
- Atacar/defender territorio.
- EXCLUSIVA: Si se cae en hambruna porque no existe alimento, el líder puede elegir sacrificar a un integrante de su isla, lo que otorga un tiempo de gracia de la hambruna similar al inicio del juego durante 5 rondas.

Banco:

- Expedir recursos para inversión dentro de la isla y sus territorios.
- Comprar recursos que no se poseen
- Gastar x1 de alimento cada ronda a partir de la ronda 6
- En caso de crisis por invasión zombi, el banco puede elegir sacrificar a un jugador para comprar cinco rondas más sin invasión para la isla principal o el islote invadido.
- Limpiezas. Pagar recursos para la eliminación de islotes o isla infestados por zombis.

Juglar:

- Mejorar comunicaciones.
- Comunicarse con otros islotes.
- Enviar recursos acordados, y recibirlos para posteriormente entregarlos al banco para su gestión.
- Pagar recursos al moderador para ser entregado las representaciones visuales de industria y comunicación.

3 dados: Cada ronda, se lanzan 2 dados para producir recursos. El resultado de este lanzamiento propiciará un bono que triplicará la producción del recurso en el islote que tenga el número del resultado del dado.

Cuando una isla anexa a su territorio un islote, se le otorgará una carta que prueba su legitimidad sobre ese territorio.

El dado restante es para amenazas. O sea, Zombis. Los Zombis provienen del desierto. Cada 10 rondas se lanzan el dado, y los zombis toman posesión de alguna de las 3 islas aledañas al desierto. Cuando en los dados cae un 7, esto equivale a la activación de los zombis en un recurso de la que alguna isla tenga posesión (elegido al azar por el moderador de la baraja de legitimidades que cada isla posee, excepto por islotes de agua o alimento). Se lanza el dado especial de zombis, y estos caerán en la isla del número que salga en el dado. Si sale 6, el dado se lanzará 2 veces y serán dos islotes (o islas, de no poseer islotes) las que enfrenten las consecuencias. Estadísticamente es improbable, pero si vuelve a salir 6, serán 3 islas. Y así sucesivamente.

De ser así, se necesitan x5 reciclaje x4 alimento x3 agua para lidiar con ellos en islotes. En isla principal, las unidades de reciclaje aumentan +2. Si no se pueden pagar esos recursos, los zombis se expanden a otro islote en posesión de la isla principal, y así hasta que lleguen a la isla principal.

Reglas de la Economía

- Recursos Nacionales: 5 unidades por ronda.
- Recursos de Islotes: 2 unidades por ronda, con bonos aumentan un 150% (a 5 unidades) la producción cuando los dados dan como resultado el número de dicho islote.
- Costo de recursos no poseídos: 10 unidades de un mismo tipo de recurso por 2 unidades del recurso deseado.

Modelos:

Endógeno:

- Construir vías locales (de islas a islotes): 10x ladrillo

-Limpieza de Zombis: x5 reciclaje x4 alimento x3 agua (en islote) x7 reciclaje x4 alimento x3 agua (en isla)

Comercial:

-Comunicación (Ver anexo especial)
-Construir caminos transatlánticos: 25x ladrillo (Conectan islas, no islotes. Es un canal de comunicación directo entre islas/grupos)

Bélico:

-Construir vía hacia un islote poseído (Ataque): 15x ladrillo
-Construir muro en un territorio poseído (Defensa): 10x ladrillo
-Ya en territorio, costo de ataque: 4x alimento, 5x reciclaje, 3x información
-Costo de defensa, pero el territorio invadido ya no genera recursos: 2x alimento, 3x reciclaje, 3x información

Niveles de comunicación

-Nivel 1: Señales de Humo En una hoja de papel se da espacio para crear un pictograma que se puede mostrar para todos durante la duración de una ronda. No puede contener texto. El tamaño de la hoja debe ser pequeño, ideal para que solo islas aledañas puedan ver su contenido. Gratis.

-Nivel 2: Telegrama En una hoja de papel, se escribe un texto, y se lanza a otra isla. Si la isla receptora está interesada en devolver el mensaje, podrán hacerlo la siguiente ronda. Es necesario que la isla receptora posea el mismo o mayor nivel de comunicación para responder vía textual. De lo contrario pueden responder dentro de las limitaciones del Nivel 1. Tiempo entre respuestas debe ser de 1 ronda. 3x Información 1x Reciclaje

-Nivel 3: Radio Este nivel provee de dialogo Instantáneo entre Islas que posean este nivel durante la duración de la ronda. Un integrante de esta isla puede acudir a otra isla a dejar un mensaje y regresar a su isla de procedencia. Islas con el mismo nivel, pueden acudir a la isla emisora a comunicar su respuesta. Sin limitaciones de ronda. 7x

Información 2x reciclaje 1x ladrillo

-Nivel 4: Infraestructura Intercambio de 1 tipo de recurso entre islas por cada ronda. Eso sí, 1 ronda dura el traslado hasta que ambas islas reciben sus recursos. Ambas islas deben decidir invertir la cantidad de recursos requerida para construir una infraestructura transoceánica conjuntamente que les conecte. (Costos en camino transatlántico)

-Nivel 5: Seguridad La inversión en infraestructura es tan sólida, que otorga inmunidad a Zombis en los islotes de los recursos acordados. 20x información 20x ladrillos

-Nivel 6: Diplomático Se establecen acuerdos que permiten el intercambio de hasta dos tipos de recursos por ronda sin el costo de una ronda adicional por traslado. 10x información 20x ladrillos 15x alimentación

Niveles de Industrialización

-Nivel 1: Molino Añade +1 a los recursos que se obtienen de cada islote cada ronda. 5x ladrillo + 3x reciclaje

-Nivel 2: Máquina Añade +2 a los recursos que se obtienen cada ronda. 8x ladrillo + 6x reciclaje + 2x agua

-Nivel 3: Fabrica Añade +5 a los recursos que se obtienen cada ronda. 12x ladrillo + 10x reciclaje + 3x información

-Nivel 4: Potencia Duplica la cantidad de recursos que se obtienen en cada ronda. 15x ladrillo + 12x reciclaje + 5x info (costo de mantenimiento de x2 agua x1 reciclaje por ronda)

Resultados

A partir de la aplicación de la prueba piloto confirmamos que un mínimo de tres participantes en los que recae la carga operativa resulta insuficiente para cubrir con fluidez los diferentes roles y funciones que se demanda cada isla por ronda. Además, la carga operativa de los cálculos, el seguimiento de turnos y el reparto de recursos, recayó excesivamente entre dos de los aplicadores y el moderador, por lo que generamos un contexto de acumulación de recursos sin distribuir y afectando la lógica del juego. En paralelo, se estableció que el tiempo de duración de cada ronda sería de un minuto cronometrado, sin embargo, las acciones requeridas como tirar dados, contar recursos, distribuirlos, intercambiarlos, tomar decisiones, ejecutar movimientos, superan ese tiempo estimado. Se optó por pausar la dinámica del juego entre rondas para llevar

a cabo acciones técnicas (lanzamiento de dados, reparto de recursos), esta decisión mejoró el ritmo y la comprensión del sistema de juego.

Una de las reglas del nivel 1 de comunicación “Señales de humo”, impide la oralidad entre islas, sin embargo, surgió la tensión creativa entre las limitaciones físicas y las estrategias simbólicas para comunicar. Dicha situación provocó que la isla, con agua como recurso primordial avanzara simbólicamente en sus medios antes de lo estimado, lo que genera una reflexión entre trampa, recursos narrativos y comportamiento humano. Este tipo de estrategias pueden enriquecer el aprendizaje sobre las lógicas entre representación y poder. En este sentido, el avance de este equipo se debió en parte a que el recurso “agua” tuvo poca relevancia en esta partida, por lo que pudieron acumular bastante capital para intercambiarlo por recursos desde distintas modalidades.

Sugerimos repensar la utilidad de este recurso para ampliar su peso estratégico en la partida, por ejemplo, cobrando cuota de alimentación y agua por cada ronda o como requisito para cierto tipo de comunicación, limpieza e industrialización. Por su parte, los recursos restantes (reciclaje, alimento, información y ladrillo) resultaron determinantes para la evolución de la partida, con especial énfasis en el levantamiento de infraestructura y defensa ante zombis. En este sentido, observamos dinámicas de alianzas estratégicas, traiciones, resistencias a las reglas, y creación de vínculos inesperados. Una de las islas rompió las reglas establecidas, propiciando un avance anticipado que obligó al resto de los jugadores a negociar su lugar en el tablero desde la cooperación activa con esta isla.

Hacia el cierre de la partida, se consolidó una alianza entre tres de las cinco islas que consolidó su comunicación por radio y logro dos vías de intercambio y apoyo mutuo las amenazas zombis no lograron aglomerarse y esparcirse debido a las acciones que las islas ejecutaron para impedir la propagación.

Evidencias



Figura 106. Isla central



Figura 107. Organización de “islas”

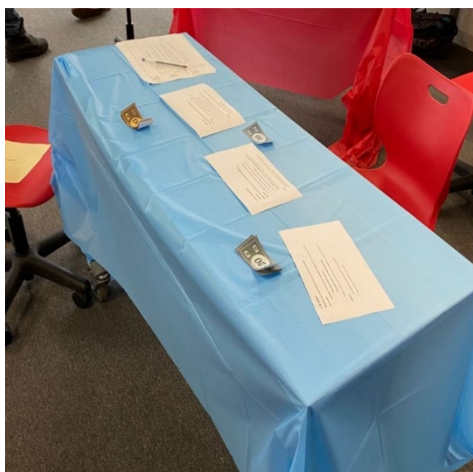


Figura 108. Hojas informativas





Figuras 109 a 111. Rondas de juego

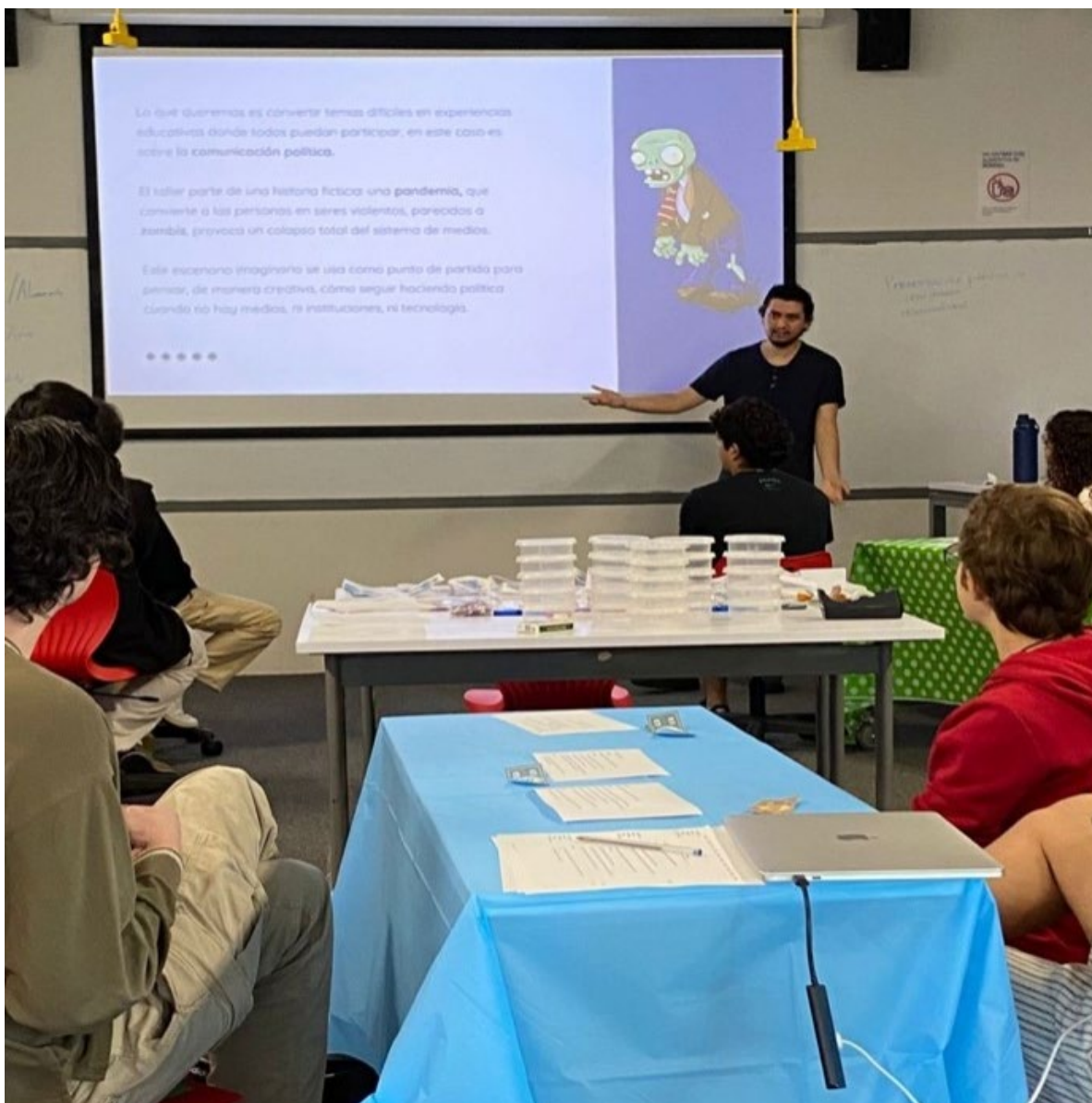


Figura 112. Introducción al taller



Figura 113. Configuración del salón

Conclusiones

A través de este escenario especulativo, lo que tratamos de transmitir es una reflexión profunda sobre el rol de la comunicación política como una práctica central para la vida cotidiana en comunidad. Lejos de limitarse a campañas electorales o estrategias mediáticas, entendemos la comunicación política como un proceso fundamental que permite a las personas dialogar,

organizarse, construir sentidos compartidos y disputar el poder simbólico en distintos espacios, incluso cuando los medios tradicionales y las instituciones han dejado de funcionar.

Especialmente en contextos de crisis o incertidumbre, donde lo político no desaparece sino que se reconfigura, la comunicación política se vuelve una herramienta clave para sostener vínculos sociales, tomar decisiones en común y reimaginar formas de vida democrática. Lo que este ejercicio revela no es solo la necesidad de comunicar, sino de construir redes de confianza y agencia colectiva en medio del caos.

Desde una perspectiva de psicología sistémica, *Resistencia Insular* también nos permite analizar cómo los sistemas sociales responden ante situaciones de amenaza, escasez o disfuncionalidad institucional. Cada isla representa un subsistema interdependiente, donde las decisiones individuales están mediadas por los roles, las reglas internas, las alianzas y los conflictos del grupo. La dinámica del juego pone en evidencia cómo las personas, lejos de actuar de forma aislada, forman parte de sistemas complejos que buscan restaurar su equilibrio (homeostasis) a través de la adaptación, la negociación o, en casos extremos, la exclusión o el sacrificio.

Los patrones emergentes —como el liderazgo, la toma de decisiones bajo presión, el enfrentamiento entre islas o la cooperación simbólica— reflejan cómo se reconfigura el poder, el sentido de comunidad y la acción política en escenarios donde lo humano y lo estructural están en tensión constante. En este sentido, el juego no solo simula una catástrofe; simula la resiliencia, el conflicto y la capacidad del sistema para sobrevivir, transformarse o colapsar. La política es complicada. Y debería serlo. Contempla demasiadas aristas operadas por diversidad de actores. Lo que no debería ser complicado, es entenderla. Debería ser más accesible. Una isla con tres roles y cada rol con alrededor de 5 actividades fue algo caótico de manejar para varios. Y eso que las funciones eran explícitas. ¿Qué podemos esperar de nuestros funcionarios públicos cuando sus “funciones” parecen ser meras sugerencias?

Referencias

- Reguillo, R. (2017). Paisajes insurrectos: jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio. NED Ediciones.
- Freire, P. (1970). Pedagogía del oprimido. Siglo XXI Editores.
- Reguillo, R. (2017). Paisajes insurrectos: Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio. NED Ediciones.
- Paláu Cardona, M. M. S., & Larrosa-Fuentes, J. S. (2014). Manual para la observación de medios (1.^a ed.). ITESO. <https://doi.org/10.2307/j.ctvdmwzct>
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2022). La comunicación política en un estado de naturaleza. Manuscrito inédito.
- Bateson, G. (2000). *Steps to an Ecology of Mind*. University of Chicago Press.
- Capra, F., & Luisi, P. L. (2014). *The Systems View of Life: A Unifying Vision*. Cambridge University Press.
- von Bertalanffy, L. (1968). *General System Theory: Foundations, Development, Applications*. George Braziller.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relations* (pp. 7–24). Nelson-Hall.
- Lewin, K. (1947). *Frontiers in Group Dynamics: Concept, Method and Reality in Social Science; Social Equilibria and Social Change*. Human Relations, 1(1), 5–41.
- Weick, K. E. (1993). *The collapse of sensemaking in organizations: The Mann Gulch disaster*. Administrative Science Quarterly, 38(4), 628–652.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Zimbardo, P. G. (2007). *The Lucifer Effect: Understanding How Good People Turn Evil*. Random House.
- Kolsquare. (2023). Estadísticas de Instagram para 2023. Recuperado de <https://www.kolsquare.com/es/blog/estadisticas-de-instagram-para-2023>

Reflexiones personales y profesionales

Ana Paula Cadena Arias

Comunicación y Artes Audiovisuales

Una de las primeras cosas que me llamó la atención al entrar a el PAP fue como todos los integrantes de los programas de investigación y de los programas trabajaban en conjunto en las decisiones para lo que se iba a hacer. Desde que se hizo la cobertura especial del 1ro de junio también se pudo ver cómo todo el observatorio es capaz de colaborar en conjunto de una manera ordenada pero agradable, cada uno con su papel pero con la oportunidad de ayudar o apoyar si se presentaba. Esta colaboración en los distintos grupos de trabajo permitía hacer distintas lluvias de ideas sin que alguna fuera desechada sin ser considerada, permitía un diálogo ameno y dedicado para lograr lo que se buscaba y permitía un ambiente de trabajo cómodo y colaborativo.

En el programa de investigación en el que me integré siempre me sentí acompañada en el proceso, en el sentido de que se platicaban ideas o la mejor forma en que las cosas podrían quedar. Individualmente, el proceso de ilustración si me resultó complicado, refiriéndome al tiempo que tuvimos para realizarlo más que el proceso en sí, aunque sí pudo llegar a ser un poco tedioso; pero a pesar de este trabajo en individual sentí el acompañamiento de lo que estaba haciendo con Nuria y Eugenia, además de Fran al momento de hablar de cuál sería la mejor forma de presentar las cosas y qué elementos se requerían y los demás integrantes para retroalimentación.

De igual manera el trabajo en conjunto siempre estuvo presente en la coordinación de producción. Esto ya lo he experimentado en lo que llevo de toda mi carrera donde hay trabajos con una producción involucrada, una producción no puede ser conformada de una sola persona, siempre es necesario que se involucren otras personas para nutrir al proyecto que se esté creando en ese momento, y en el caso del PAP todos los integrantes de la coordinación siempre hicieron algo, proponían cosas o asumían un rol para lograr grabar un producto audiovisual. Además, hubo mucha colaboración con la coordinación de diseño para el departamento de arte que involucra una producción. A pesar de trabajar con periodos de tiempo más cortos para planear y grabar, aprendí de la situación para futuros proyectos.

En general, me alegra que haya sido un grupo muy unido, que además me ayuda a tener experiencia a trabajar con personas con formación académica distinta a la mía. Se me hizo una experiencia muy completa en la que no solo apliqué cosas de mi carrera que cada vez manejo de mejor manera, como lo es el departamento de sonido, sino que también me impulsó a explorar y experimentar en un área que solo había tocado por la superficie, la cual es el área de las ilustraciones para un medio audiovisual.

César Eduardo González Velázquez

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

ETTIUS fue mi segundo PAP y, sinceramente, fue muy distinto a mi primero. En el primer PAP viví una experiencia en la que confirmé que todo lo que aprendí durante la carrera realmente me había servido. Pude aplicar muchas cosas, sobre todo en temas de redacción de investigaciones cualitativas y cuantitativas, y fue ahí cuando sentí que mi formación académica tenía sentido. En cambio, este segundo PAP fue una experiencia completamente diferente, más orientada al trabajo profesional, a lo práctico y a la colaboración en tiempo real.

ETTIUS, como observatorio de la comunicación, me permitió desarrollar dos tareas principales. Por un lado, estuve a cargo del manejo de redes sociales del proyecto. Ya había trabajado antes en eso dentro de proyectos personales, pero esta vez la exigencia era mayor: había que planear parrillas de contenido, escribir copys, programar publicaciones en varias plataformas y estar al pendiente de todo lo que sucedía en tiempo real. Desde la primera semana estuvimos trabajando, incluso antes del inicio formal, con una jornada extraoficial por las elecciones del Poder Judicial. Ese ritmo tan acelerado me sacó de mi zona de confort, pero también me permitió poner en práctica habilidades que ya dominaba, solo que ahora en un entorno profesional y con mayor responsabilidad.

La segunda parte de mi trabajo fue dentro del área de investigación. Me tocó hacer la descarga y limpieza de los datos relacionados con lo que distintos medios decían sobre la elección judicial. Aunque al principio pensé que esa parte no sería tan relevante o que no tendría mucho que aportar, me di cuenta de que sí tenía herramientas que podía aplicar. Me gustó mucho poder

combinar lo técnico con lo analítico, y sobre todo entender cómo ese tipo de procesos permiten que la información se transforme en algo comprensible y visualizable para otras personas.

Lo que más valoro de esta experiencia fue la oportunidad de reafirmar conocimientos, aprender nuevas formas de trabajo en equipo y sobre todo, vivir un proceso que se sintió muy cercano a lo que podría enfrentar en un entorno laboral real. Me hubiera gustado haber vivido este PAP en un periodo de semestre para poder organizarme mejor y llevarlo a otro ritmo, ya que en verano fue bastante pesado. Aun así, fue una experiencia que disfruté mucho, que me exigió desde el primer día, y en la que pude comprobar que tengo la capacidad de adaptarme, resolver y aplicar lo que sé en distintos contextos.

Cinthia Elizabeth Martínez Morales

Licenciatura en Comunicación y Artes Audiovisuales

Haber trabajado en ETIUS, Observatorio de la Comunicación y la Cultura durante el periodo de Verano 2025, fue una experiencia enriquecedora que expandió mis conocimientos teóricos y prácticos. Me familiaricé con el trabajo realizado mediante redes sociales, y observé la calidad de cada producto audiovisual. Cuando empecé a trabajar, me quedó claro que se llegan a resultados satisfactorios gracias a la organización del proyecto, porque desde el inicio, el equipo conoce sus roles de trabajo. De igual manera, cada uno eligió el programa de investigación en el que colaboró a lo largo del periodo. La creatividad, trabajo en equipo y organización fueron habilidades que fortalecí durante el PAP.

La creatividad no es exclusiva de las artes, sino, su uso para desarrollar una investigación es de gran importancia. El concepto de Antropoceno requiere de creatividad sobre todo cuando se analiza en productos culturales, como el comic. Aunque ya conocía el concepto, no me quedaba claro, y gracias a la investigación del semestre pasado, pude comprenderlo de una manera más sencilla. Asimismo, gracias a lo que establece Maristella Svampa (2019) *El Antropoceno como diagnóstico y paradigma. Lecturas globales desde el Sur*, tuvo relevancia porque problematiza el concepto contextualizándolo en América Latina, y, por ende, facilitó la comprensión crítica de los cómics que me tocó leer. Desde los resultados de semestres pasados se ha llevado a cabo la investigación, lo cual involucra un trabajo colaborativo consecutivo.

Sistemáticamente, se ha dado continuidad al trabajo previo - tengo entendido que desde Otoño de 2024-. Trabajar con una investigación empezada resulta poco llamativo, pero me da cuenta de que, toda investigación es la continuación de otra, y puede involucrar otro enfoque, contexto e incluso disciplina. Uno de los valores que encuentro en los PAP, es que proponen el trabajo colaborativo generacional, que no se acaba cada semestre, sino, da la oportunidad a los estudiantes de construir una investigación a partir del trabajo de otros colegas. En mi PAP anterior mencionaba sobre la importancia de lo colectivo, y es que es muy cómodo realizar una investigación de manera individual, pero el mundo laboral no es necesariamente de esta manera. Por último, pero no menos importante, he de destacar que gracias a este PAP puse en práctica mis habilidades de la carrera al unísono de realizar la investigación.

comencé, estaba nerviosa porque no había reforzado la práctica de grabar sonido directo, y desde la jornada de observación de la Elección Judicial, me vi obligada a retomar estos conocimientos. Tener en claro los objetivos, llevar una organización para cumplir con todas las tareas, fue indispensable y en lo personal, pudo permitirme terminar con mi colaboración en el proyecto.

María Daniela Magallanes Villa

Licenciatura en Comunicación y Artes Audiovisuales

Me parece interesante destacar que, a pesar de ser la segunda vez que curso este PAP, mi experiencia ha sido notablemente diferente y me ha brindado la oportunidad de aprender cosas nuevas. Considero que un gran factor es que es en período de verano. Por lo que, los procesos de producción suelen ser un poco más rápidos. Esto ha presentado retos distintos a los que me había tocado enfrentarme en el semestre anterior. Sin embargo, pienso que el hecho de ya conocer cómo funciona el observatorio de ETIUS me permitió adaptarme ante estos cambios. Además, de contar con la guía de los profesores que siempre agilizan el método de trabajo.

A diferencia del período pasado, esta vez tuve la oportunidad de trabajar en el programa de investigación sobre los Discursos y la Narrativa Publicitaria, en el que producimos un *fanzine*. Personalmente, considero que esta fue una manera interesante y creativa de presentar el trabajo que se había hecho durante el verano. Fue un proceso que disfruté mucho. Era bastante

enriquecedor avanzar en la investigación y ver de qué manera podíamos incluirlo en este producto para darlo a conocer con el público.

Por otro lado, en la coordinación de producción, teníamos como propósito principal crear un ETIUS Analiza y un ETIUS Observa, que por ser los únicos que realizaríamos en esta ocasión, la idea era que tuvieran una buena planeación para entregar un producto de calidad. Por lo que involucrarme en el área de Dirección de Arte, me ayudó a poner en práctica los conocimientos he adquirido a lo largo de la carrera. Y al ser un ámbito que siempre me ha gustado, tener la oportunidad de trabajar en estos videos es una de las experiencias que llevo conmigo y de las cosas que más disfruté durante estos dos meses de producción en el observatorio.

Por último, agradecer nuevamente a María, Hernán y Vero por contagiar su paciencia y pasión por los temas de investigación que trata el observatorio. Por presentarnos retos que nos ayudan a enriquecer nuestra formación profesional. Y por promover el trabajo colaborativo en un espacio seguro donde las ideas de todas las personas son tomadas en cuenta.

Denilson Alejandro Ugalde Monreal

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Durante este periodo de Verano en Etius, tuve la posibilidad de poner en práctica mis conocimientos en análisis crítico de datos y sistemas algorítmicos, con el objetivo de desarrollar una metodología en la que la trazabilidad de una ruta crítica no siempre es muy clara. En muchos momentos del trabajo realizado desde el programa de Comunicación Política y Acción Colectiva me encontré con dificultades metodológicas, y esto me hizo reflexionar sobre lo mucho que nos es ajena la descarga y procesamiento de datos. Incluso yo, que estoy en contacto con herramientas para la descarga, el procesamiento y visualización de datos, a veces no tengo mucha claridad sobre el desarrollo de la investigación y la consolidación de un corpus bien argumentado. Sin embargo, es desde ese lugar en el que se produce conocimiento.

Durante este ejercicio pensé en los modos en que la complejidad de las conexiones humanas y con máquinas rebasa nuestra capacidad para procesar volúmenes de información que nunca habíamos producido y a un ritmo tan acelerado. El intercambio de información del que

somos partícipes, y los sistemas capaces de registrar de forma acelerada la cantidad que producimos.

Frente a este escenario se produce un abismo entre lo que entendemos y lo que creemos que debemos entender; este abismo entre datos y conocimiento, y lo que nos ocurre cuando la información no dice lo que necesitamos saber. Ante esta sobrecarga de información, los datos solo pueden hacer sentido y ser de utilidad si les aplicamos métodos de análisis de visualización. Necesitamos pensar críticamente para generar remedios a las malas prácticas, pero también para discutir cuáles deben ser los usos responsables y éticos. Traer esta conversación para cuidar el desarrollo de nuestras democracias, la discusión pública y la producción de conocimiento en un escenario cada vez más inestable en la información y la polarización.

Con respecto a la Coordinación de Comunidades y Talleres, me pareció importante estar en contacto con dos conceptos para comprender la comunicación política: el modelo de comunicación política en un estado de naturaleza, propuesto por Juan Larrosa, y el de espacio público expandido, propuesto por Rossana Reguillo. Esto me permitió explorar cómo, desde un escenario neoliberal y globalizado, podemos pensar en el desarrollo de la democracia, sin perder de vista que la comunicación política es ancestral, y especular cómo se desarrollaría en escenarios postcrisis para pensar sobre los modos en que nos organizamos, nos vinculamos y construimos sentido colectivo en situaciones de crisis.

Diego Govea Fernández

Comunicación y Artes Audiovisuales

Después de haber cursado dos ciclos seguidos en ETIUS debo recalcar que uno de los aspectos que más rescato es el trabajo colaborativo. No sólo el colaborar, sino trabajar con personas con aptitudes de distintas disciplinas permite que la experiencia se sienta más rica.

El proceso en el programa de investigación fue muy interesante porque ahora, en vez de enfocarnos demasiado en la parte investigativa, ahondamos más en que nuestros avances y el marco teórico se pudiesen aplicar a modo de producto comunicativo. Esto permitió que el trabajo pudiese radicar más en la creatividad del equipo. Dividir el trabajo en roles permitió que el ETIUS Observa se lograra con mayor fluidez y efectividad.

También, algo que realizamos especialmente en este periodo de verano fue la observación de las elecciones judiciales. Esta es una experiencia que destaco porque fue la primera vez que en el observatorio me tocó algo así. Prácticamente un día completo de estar trabajando, cada uno observando un medio distinto y a partir de los resultados generando productos comunicativos; el generar un constante registro de un evento de interés hace que te des cuenta de cómo funcionan las burbujas de información y te plantea una perspectiva más cuidadosa respecto al cómo aceptas lo que escuchas de parte de los medios.

Debo agradecerles nuevamente a María, Vero y Hernán porque su acompañamiento sigue siendo ideal. La planificación de actividades siempre es precisa, con un buen orden. Entre ellos saben bien cómo ponerse de acuerdo y a la vez hacer que eso se traduzca en el trabajo colaborativo.

Eugenia Taina Osorno Liz

Licenciatura en Relaciones Internacionales

Mi entrada al observatorio fue en un principio pura curiosidad. Mi carrera tiene relación con la comunicación en varios niveles y tiene por sí misma una dimensión comunicativa importante. Anterior a este pap yo no conocía a detalle a ETIUS y no conocía la figura de un observatorio de comunicación, pero las temáticas que aborda el observatorio me llamaron la atención desde un principio, entonces me eché el chapuzón en un entorno poco familiar para mí.

Entrar a un PAP presencial y que pusiera tanto peso sobre el trabajo en equipo eficiente fue increíblemente satisfactorio como conclusión de mi carrera, dado que su inicio fue de manera asincrónica durante la pandemia. A lo largo de este PAP también ejercí habilidades profesionales generales que se adquieren en paralelo, como lo que son la síntesis y análisis de textos e interpretación de información, así como reflexiones en torno a temas comunicativos y políticos, además de aplicar aprendizajes específicos de la licenciatura.

Este proyecto me permitió ejercer saberes profesionales de mi carrera específica y de tomar una licenciatura en un sentido general. De manera superficial podría parecer que mi programa de investigación, Comunicación y Cultura en la Era del Antropoceno, no tiene relación

con los saberes profesionales de la carrera, pero las habilidades de análisis que esta proporciona abonaron a mi entendimiento de los temas y objetivos planteados en el programa y verlos desde una perspectiva más integral y multinivel. Considero que mi carrera complementó mi participación en este PAP, pero al mismo tiempo el PAP reforzó mis aprendizajes de la misma y me llevó a cambiar mi encuadre como internacionalista sobre temáticas de la relación entre cultura, comunicación y los problemas de las sociedades modernas.

A lo largo de este PAP también ejercí habilidades desarrolladas de manera autodidacta y apliqué conocimientos que me apasionan pero que no se pueden aplicar con frecuencia en un contexto exclusivo de Relaciones Internacionales. Aprendí sobre procesos de producción de videos, podcasts y animaciones y apliqué mis habilidades artísticas para algo más allá de un proyecto personal o hobby. A su vez, se llevó un proceso de aprendizaje colectivo y de cooperación que no había tenido la oportunidad de experimentar de una manera tan integrada, energética y sinérgica como en este proyecto. Estoy profundamente agradecida con los profesores María, Hernán y Vero, por su presencia, entusiasmo y mentoría a lo largo de este proceso y con mis compañeros que hicieron de este proyecto una experiencia increíblemente enriquecedora.

Francisco Tobón Vázquez

Licenciatura en Comunicación y Artes Audiovisuales

Durante estos dos meses de duración que el PAP ha tenido, debo decir que mi experiencia en ETIUS ha resultado bastante interesante, empezando porque esta fue mi primera experiencia del PAP y la modalidad de verano funciona con mucha más prisa, los tiempos de las tareas se acortan, sin embargo, el ritmo de trabajo ayuda a mantenerte con la mente en el proyecto cada semana.

Este ritmo acelerado que menciono no se tardó ni una semana en llegar, ya que el 1 de junio tuvimos un ejercicio de observación de los medios de comunicación que estaban cubriendo las elecciones judiciales, yo me encargué en un principio a observar un canal de televisión y anotar las menciones relevantes acerca de la elección, lo cual fue una experiencia ajetreada, pero me gustó, ya que el mantenerte alerta y notificarle a todos lo que sucedía fue divertido. Asimismo, tuve mi primer contacto con las labores de mi coordinación, producción, ese día me enfrenté a

editar un video en un corto tiempo, a planificar un video y a grabar otro, ese día pude utilizar mis habilidades adquiridas durante la carrera en materias tanto teóricas como prácticas.

Dentro de la coordinación de producción también experimenté el editar un ETIUS Comunidad, donde me fue laborioso pero emocionante el seleccionar el contenido mas relevante de las entrevistas que mis compañeros realizaron. También estuve detrás de la cámara en un ETIUS Analiza, donde aprendí acerca de un programa de investigación distinto al mío y fui participe de la realización de un podcast, experiencia que considero me será de mucha utilidad en mi carrera profesional. Y por supuesto también mencionar el ETIUS Comunidad que grabamos en el Tianguis del sol, una gran experiencia.

Aunque sin duda alguna mi mas grande reto en la coordinación que se entrelaza con el programa de investigación del Antropoceno fue el realizar la animación y efectos de los personajes del ETIUS Observa, no me fue totalmente complicado, pero como jamás había hecho algo así, me tomo varias horas y al ver el resultado final quedé sumamente satisfecho.

Me voy de este periodo de verano muy satisfecho y agradecido con cada momento, con mis compañeros, Hernán, María y Vero, y también emocionado ya que en otoño tendré el privilegio de continuar en este observatorio.

Héctor Rodríguez Soto

Licenciatura en Comunicación y Artes Visuales

La experiencia del PAP en verano es una que, en mi opinión, difiere bastante de cuando se lleva en el semestre completo. Por una parte, los tiempos reducidos limitan el número de productos audiovisuales que se pueden realizar. Diría que representó un reto, pero la verdad es que lo sentí bastante ameno aun habiendo trabajado en la gran mayoría de los proyectos audiovisuales presentados. Esto desde el área de producción.

De primeras la experiencia en el monitoreo total de las elecciones judiciales fue una gran experiencia en más de un sentido. El hecho de que haya sido en justo después de la primera semana de clases fue un balde de agua fría, pero necesario para volver agarrar el ritmo que estábamos trabajando durante el fin del ciclo pasado, que para mí fue prácticamente solo una

semana de separación entre su terminación y el inicio de este. Antes del inicio de la sesión pensaba que no daría demasiados frutos debido a la falta de participación y la apatía de la gran parte de la población hacia ellas (o desconocimiento). Al llegar al salón vi toda la dinámica y al comenzar a escuchar y ver una de las señales de televisión (que la verdad no estoy seguro si era Canal 11 u otro) pude ver que en serio había contenido, si bien no del todo interesante. Creo que la mayor diversión fue como parte de la coordinación de producción. La verdad es que ni siquiera iba a votar, no lo tenía pensado, pero todo sea por el contenido. Salir del campus vacío en domingo para ir a votar fue divertido. No esperaba “conducir” un vídeo de ETIUS jamás así que fue una sorpresa cuando se me eligió para ser la persona que sigan en su votación, debido a lo cercano de mi casilla. Ahí pude ser verdadero a mis "ideales" y pude anular mi voto; el siguiente producto en el que participé fue el sketch/Observa, en el que grabé audio, una tarea a la que le agarré cierto afín el semestre pasado. La edición que tuve que empezar muy poco tiempo antes del fin de la jornada fue algo frustrante, pero me alegro de que se me diera el tiempo de finalizarla en mi casa esa misma noche. No podría haberlo hecho aquí. Por otro lado, siento que dicho ritmo no se aplicó para el resto del verano.

Después de las elecciones, regresamos a un ritmo muchísimo más pausado, así como una reintroducción a lo que haríamos. Considero que el PAP como tal aún no llega a sus puntos más altos a los que podría llegar, pero eso se lo achaco más a la dificultad tener que reiniciar los programas y coordinaciones cada ciclo aún si las mismas personas están trabajando en el mismo. Cuando se dio la noticia de que solo habría un observa y un analiza dije está bien, pero esperaba que fueran otras cosas un poco más distintas que lo que ya habíamos hecho. Igual, el cambio de escenografía para el podcast fue bienvenido, más acorde a la estética y objetivos de ETIUS. Qué mejor que la propia oficina del observatorio, aunque obviamente se pueden refinar cosas con los grupos posteriores.

En cuanto al programa de investigación me voy feliz de ver el desarrollo del fanzine, una actividad que de verdad esperaba que se siguiera haciendo como parte del observatorio en general. Considero que las pocas semanas de verano no le hicieron justicia a lo interesantísimo del tema del fanzine como forma de expresión artística y contracultural, pero a la vez es entendible sabiendo que es un formato prácticamente extinto. Como tal, me voy de estos seis

meses y medio de ETIUS satisfecho con mis aportaciones y el trabajo grupal, solo creo que es un espacio que podría dar para más.

Isaías Hernández Alarcón.

Licenciatura en Psicología.

Participar en el desarrollo del taller de alfabetización en comunicación política, representó una oportunidad transformadora para repensar lo político desde una perspectiva crítica, situada y también profundamente humana. Como estudiante de Psicología, esta experiencia me permitió vincular el campo de la comunicación con dimensiones subjetivas, vinculativas y afectivas que a menudo quedan fuera del análisis político tradicional.

Lo que buscamos generar, era una experiencia pedagógica que quitara los supuestos convencionales sobre la política y la comunicación. La simulación no fue solo una estrategia didáctica, sino un dispositivo para pensar, para abrir preguntas sobre cómo nos organizamos, nos vinculamos y construimos sentido colectivo en condiciones extremas.

El taller propuso entender la comunicación como una práctica relacional, cargada de afecto, tensión y potencia. En ausencia de tecnologías, jerarquías o estructuras, la necesidad de comunicar se presenta como algo vital: comunicar para resistir, para imaginar juntos, para reconstruir lo común. Desde esta perspectiva, lo político no se limita a lo institucional, sino que se despliega en lo cotidiano, en lo simbólico, en lo emocional.

Este ejercicio también evidenció la potencia del juego, la simulación y la especulación como herramientas para el pensamiento crítico, pero también como formas de acceso a lo sensible, a lo que nos atraviesa como sujetos. En ese sentido, la alfabetización política adquiere una nueva dimensión: no se trata solo de analizar discursos o medios, sino de reflexionar sobre las prácticas, los afectos y las decisiones simbólicas que configuran nuestra vida en común.

Desde mi rol en la Coordinación de Talleres, puedo ver cómo esta propuesta puede conectar el saber académico, la formación ciudadana y la subjetividad. Ampliar el alcance del Observatorio ETIUS implica también habilitar espacios educativos que inviten a imaginar

futuros posibles, a cuestionar lo aprendido y a ensayar nuevas formas de convivir y con esto reafirmo la convicción de que comunicar es históricamente y profundamente humano.

Isidro Serratos Muñoz

Comunicación y Artes Audiovisuales

El 1° de junio fueron las elecciones judiciales del país y estuvimos en el ITESO para analizar como en los medios de comunicación (los noticieros) manejaban el tema, para el final del día llegamos a la conclusión de que queda a deber por la falta de votos de gran parte del país. Por mi parte en ese día me tocó supervisar el canal ADN 40 para checar que tanta importancia le daban a esa noticia, solo para notar que cada media hora les dedicaban 5 minutos a las elecciones, como una muestra más del desinterés que hay por parte del país hacia esto. Al igual que mis compañeros de clase, tomé notas sobre esos detalles. Pese a no ser de mi interés el tema fue un día agradable, el ambiente fue genial, todos cooperamos con llevar botana y las maestras pusieron juegos para entretenernos. Eso fue al terminar la primera semana del curso.

Para después ya nos pusimos más al día con los grupos de programas de investigación y coordinación. En mi caso quedé en la coordinación de Antropoceno y en el grupo de Producción. A lo largo del curso, durante cada semana, nos organizábamos en equipo (en ambos grupos) para el siguiente trabajo donde cada uno de nosotros aportaba algo. Para cada trabajo de ETIUS analiza o comunica.

Para la segunda mitad del curso fue donde me sentí más activo y cómodo con los trabajos, sobre todo al tener la oportunidad de darle mi voz a un personaje para un trabajo del grupo de Antropoceno. Así como también en la producción del ETIUS comunica donde tuve la oportunidad de ser conducir las entrevistas que realizamos en un tianguis sobre las revistas para la coordinación de Fanzine. Yo tengo experiencia con la actuación de voz y esto me sirvió para ejercer lo que aprendí en un curso que tuve de locución.

Confieso que debí ser más activo en ambos equipos. No me quede sin hacer nada porque si aportaba para diversas tareas, pero sentí que pude aportar más ideas y ser más activo a la hora de trabajar en equipo, sobre todo en la primera mitad del curso, necesito involucrarme más en este tipo de trabajos y me comprometo a mejorar en eso para el siguiente semestre.

Juan Pablo Díaz Camelo

Licenciatura en Psicología.

Desarrollar un taller que óptimamente aborde todo el universo multifactorial que conlleva la comunicación política y los actos políticos per se, no es fácil. Hacerlo entretenido, mucho menos. No obstante, creo que, como en el juego y el taller que desarrollamos, contamos con una serie de variables y recursos este semestre que nos permitió maquilar la idea de un ejercicio que propicia la colaboración y fomenta la idea de que ningún acto es apolítico. Empezamos fuertes analizando con pincitas y una lupa mayúscula un ejercicio de la “bien llamada” democracia en el capitalismo tardío que, en papel, era buena: Reformar un poder corrupto hasta la ósea. Sin embargo, con la terrible ejecución y planeación de este momento histórico (que uno ya no duda es adrede), solo volvemos a donde mismo... Y tal vez poquito más para atrás.

Es entonces que un taller especializado en alfabetización política se vuelve sumamente necesario. Es imposible desarrollar un pensamiento crítico, y más en la esfera política que a propósito es confusa para marginar a la mayoría, si no conocemos bien las bases que sostienen aquello en lo que buscamos formar una opinión. Un paso fundamental me parece es sumergirse en varias de las raíces que sostienen a la política: Por qué la política como tal no es un modelo que podamos libremente elegir si utilizar o no, sino más una condición humana que es necesaria aprender a reconocer dentro de nosotros.

La política es la capacidad de gestionar, la capacidad de dialogar asertivamente, de poner el debate antes que la fuerza, de transmitir, de cuestionar el material que elegimos transmitir y el que consciente o inconscientemente dejamos fuera, de priorizar y en función de lo priorizado actuar... Para conciliar. Diferencias culturales por infinidad de razones siempre existirán, pero la capacidad de no tener que arrodillarse ni doblegar, sino encontrar un punto medio para el comercio de ideas fuera de todo prejuicio, es a lo que debemos aferrarnos con mayor fuerza; La colaboración y la empatía en un momento histórico que divide e individualiza.

La política repercute en tantas áreas de nuestra vida que es imposible mantenernos ajenos a ella, y no deberíamos pretender hacerlo; En todo caso, deberíamos aprender a integrarla más. En un espacio didáctico y seguro, donde la guerra y la paz no son opciones correctas o

incorrectas, sino elecciones condicionadas por contextos y elementos profundamente humanos. Como los humanos que, en la vida real, los encabezan.

Luis Pablo Martínez Toriello

Comunicación y Artes Audiovisuales

El trabajo en el Observatorio durante este periodo de Verano 2025 ha sido una experiencia bastante distinta en cuanto al semestre pasado. Evidentemente, al contar con un periodo de tiempo más acotado, las dinámicas de organización y de ejecución de las actividades planeadas en el PAP son mucho más apresuradas; debo decir que sentí que se llevaron a cabo los procesos de una forma un poco más improvisada, aunque ayudó tener conocimiento previo sobre las estructuras y el funcionamiento del Observatorio para poder adaptarme y completar el trabajo propuesto tanto en mi programa como en mi coordinación.

Hubo una variedad de retos importantes durante este periodo; por ejemplo, la observación de medios que se hizo sobre la elección judicial el 1ro de junio del 2025, en donde se tuvieron que aplicar herramientas y conocimientos de producción audiovisual y de investigación de una manera creativa y sobre todo eficiente, debido a la inmediatez con la cual se estaba reportando la jornada. Asimismo, el trabajo creativo hecho en la coordinación, y particularmente el producto de ETIUS Observa relacionado con mi programa de investigación, ampliaron mis capacidades y me permitieron adentrarme en procesos con los cuales yo no estaba muy familiarizado, como la animación, la grabación de voces para personajes, etc.

En general, considero que el aprendizaje más relevante que me llevo de mi experiencia en ETIUS desde Primavera 2025 hasta este Verano, es el de la importancia de la comunicación adecuada en los procesos creativos y organizativos. Desde el inicio de este periodo se ha buscado mejorar los canales de comunicación entre coordinaciones, programas de investigación y supervisores del PAP, aunque no siempre ha resultado exitoso. Pienso que es importante seguir con estos esfuerzos para los futuros semestres en el Observatorio, y personalmente, intentaré aplicar estas consideraciones a todos mis proyectos en mi rubro profesional.

Finalmente, me voy satisfecho del esfuerzo realizado en esta última etapa formativa de mi carrera universitaria; creo que desempeñé un rol importante dentro de mi coordinación, mi

programa de investigación y de ETIUS en general. Agradezco a todos mis compañeros por sus aportaciones y por ayudarme siempre. Agradezco sinceramente a Hernán, Vero y María por su apoyo y por confiar en mis habilidades; con sus conocimientos prácticos y teóricos, así como su capacidad de liderazgo, pienso que he podido consolidar una identidad profesional —personal y profesional— más sólida, auténtica y abierta.

Ilse Mariana Briones Hernández

Licenciatura en Comunicación y Artes Audiovisuales

Al ser este mi segundo PAP ya tenía una expectativa más clara sobre lo que podría suceder durante el periodo de verano y los resultados que me gustaría obtener del trabajo durante el semestre. Recuerdo conversar de nuevo con egresados que participaron en ETIUS y los compañeros que se graduaron en el periodo de primavera sobre su opinión del PAP y los resultados obtenidos, llegando todos a la conclusión de que estos sobrepasaron las expectativas que pudimos llegar a tener, eso mismo esperaba de este PAP II. A pesar del poco tiempo que tuvimos para trabajar, me parece que gracias al enfoque creativo y al trabajo investigativo realizado, cierro este semestre con gran satisfacción.

Uno de los aspectos que más valoro y que me gustaría seguir destacando de ETIUS es la creación de un ambiente seguro y abierto para compartir distintos puntos de vista, además del valor en el trabajo colaborativo no solo con las personas de tu carrera. A pesar de tener una menor cantidad de personas con iniciativa en la coordinación de producción el trabajo siempre resultó en proyectos realizados con respeto y del gusto de todos los involucrados en su realización.

Las primeras dos semanas fueron las más pesadas a mi parecer, esto por la cobertura de las elecciones judiciales que realizamos, sin embargo, me parece que también fue un momento clave para entendernos como PAP y tener una imagen inicial sobre cómo sería el trabajo en conjunto con los demás integrantes de la coordinación de producción. Terminando este periodo electoral y al momento de separarnos por programas de investigación los objetivos se sintieron un tanto dispersos para lo que se buscaría como producto final en el programa, esto solo tomó una semana en quedar más claro para todos y cada uno de los programas de investigación abordó temáticas de alto impacto social, a pesar de ello, ninguno resultó repetitivo ni entró en

competencia con los demás. En mi caso, al haber participado en un proyecto centrado en la publicidad, no me resultó tan complicado como el semestre pasado pues ya me había enfrentado al desafío de profundizar en un tema al que antes no había prestado mucha atención. A lo largo del semestre, gracias a los materiales que investigamos en internet y que nos compartieron los profesores, comprendí la importancia del fanzine y la publicidad en México tanto en la cultura popular como parte esencial de la historia internacional.

Desde una perspectiva profesional, el programa me permitió retomar conocimientos que solo ponía en práctica para el PAP. Estos fueron la postproducción y la escritura de guiones, siempre me parecieron áreas difíciles y continúan siéndolo, pero con el apoyo de mis compañeros y el trabajo colaborativo, logré sacar adelante proyectos en estas áreas que fueron bien recibidos tanto por el equipo de PAP como por la audiencia a la que se dirigieron. En específico el guion realizado para ETIUS analiza.

Para concluir, agradezco enormemente a los tres profesores —Vero, Hernán y María— por escucharnos, guiarnos, por su constante acompañamiento, y buscar que nos exigiéramos a nosotros mismos, siempre dentro de un ambiente respetuoso y tomando en cuenta nuestra opinión y limitaciones. Gracias a ellos, este proceso se vivió libre de tanto estrés, ayudaron a que potenciáramos nuestras habilidades de investigación y nos permitieron crecer profesional y personalmente, tanto de manera individual como en equipo.

Maricarmen Fernanda González Abundis

Licenciatura en Comunicación y Artes Audiovisuales

ETIUS ha sido mi primer PAP, desde cuarto semestre de la carrera de comunicación y artes audiovisuales me sentí muy intrigada por la labor del observatorio, ya que tuve clase con Hernán y me llamó mucho la atención el monitoreo de redes, medios y creación de conocimiento relacionado a estos temas.

Antes de entrar a la licenciatura, estuve indecisa de entrar a Gestión Pública por un gusto a la política y su influencia en el ámbito sociocultural, por lo que al ver que el PAP del observatorio tenía influencia y programas de investigación de comunicación política y acción colectiva sabía que era algo que quería indagar en mi carrera profesional.

Dentro del PAP, estuve en la coordinación de información y en el programa de investigación anteriormente mencionado. Después de varios semestres de mi carrera pude regresar a la escritura de textos académicos e investigación.

En la coordinación, fui responsable de las minutas semanales del PAP, manteniendo un orden y comunicación clara entre todos los programas para saber que era lo que se tenía que hacer y que se necesitaba para llevarlo a cabo. también realice los guiones para ETIUS Comunidad, ya que por mi carrera tengo conocimientos de este tipo de contenidos de comunicación masiva y redes sociales.

En el programa de CPAC, fue un poco más intimidante, ya que tratamos con una base de datos bastante amplia sobre la elección judicial, gracias a mis compañeros y profesores, esta actividad se volvió muy llevadera y sencilla de realizar. Me gusto poder investigar a partir de cientos de noticias la relación entre los medios de comunicación y el conocimiento y opinión pública.

Aunque debido a la naturaleza del programa en cuestión de tiempos, el verano se pasó extremadamente rápido y fue una carga de trabajo un poco saturada, pero dentro de todo esto fue una experiencia muy enriquecedora para mis conocimientos y aplicaciones profesionales, lo que más aprecie fue poder sentir una comunidad sumamente organizada y cooperativa para lograr los objetivos del curso y la obtención de conocimientos para su futura divulgación al público, además de tener la experiencia más acercada de un ambiente laboral y las diferentes aplicaciones de mi carrera universitaria en un ramo completamente diferente al cine o medios de comunicación, si no al análisis de esto mismo y las implicaciones que tiene en la sociedad para el consumidor.

Mauricio Carvajal Osorno

Licenciatura en Arte y Creación

Mi participación en el Proyecto de Aplicación Profesional fue una experiencia enriquecedora y formativa en varios niveles. Fui parte del equipo del programa de investigación *Narrativas y discursos publicitarios*, en el que profundizamos en la historia del fanzine y, a partir de

una investigación previa realizamos una publicación original que buscó equilibrar lo conceptual con lo visual, lo académico con lo artesanal.

Además de la investigación, formé parte activa en la coordinación de producción, un área donde me sentí particularmente cómodo por mi experiencia previa como productor artístico. Mi rol principal fue como editor, encargándome de subtitular, sincronizar audio y montar materiales audiovisuales para compartir los resultados de los distintos programas del PAP. También colaboré como asistente de producción en varios videos, lo cual me permitió trabajar de forma cercana con otras licenciaturas y aprender de sus formas de abordar los procesos.

En general, integrarme a un equipo que ya tenía roles y dinámicas de trabajo bien definidos fue muy valioso, ya que me permitió comprender mejor cómo se articula una línea editorial sólida en el trabajo académico y de divulgación. Fui el único estudiante de la Licenciatura en Arte y Creación dentro del programa, y eso me permitió aportar desde una mirada distinta, más cercana a lo artístico y lo sensible, pero también aprender de metodologías de análisis y producción que no suelen ser tan comunes en mi formación. Me llevo herramientas concretas, como procesos de producción más eficientes, estrategias de investigación y clasificación que espero seguir utilizando en proyectos futuros, y una conciencia más clara sobre el papel que juegan los observatorios culturales en la forma en que comprendemos lo que consumimos y producimos como sociedad.

Participar en este PAP me permitió salir de mi zona de confort y vincularme con otras disciplinas desde un enfoque colaborativo, riguroso y crítico. No solo pude aplicar conocimientos que he desarrollado fuera del aula, sino que también encontré nuevas formas de articular mi práctica artística con procesos de investigación, análisis cultural y comunicación pública. Me llevo herramientas concretas, pero sobre todo la certeza de que el trabajo interdisciplinario no solo es posible, sino profundamente necesario cuando buscamos comprender y transformar discursos.

Nuria Márquez Zabalza

Licenciatura en Diseño

Al inicio del periodo de verano 2025 me preocupaba la carga de trabajo y la rapidez con la que trabajaríamos ya que en solo 8 semanas debíamos cubrir la misma cantidad de horas que las de un periodo regular sin embargo conforme fueron pasando las sesiones pude darme cuenta el importante papel que jugó la buena organización tanto de tiempos como de responsabilidades.

Al haber tenido la oportunidad de formar parte de este proyecto durante el semestre anterior de primavera me sentía familiarizada y comprometida con los temas a desarrollar en esta nueva etapa. Esto fue muy benéfico para mi desempeño ya que el ritmo de trabajo fue bastante similar. A diferencia del periodo anterior el programa de investigación de Transformaciones contemporáneas en la gestión de las artes no se encontraba activo lo cual honestamente fue una decepción ya que disfruté mucho aportar a la investigación. Sin embargo, este cambio me permitió escoger un nuevo programa y aunque el tema de los Fanzines que trabajaron en Narrativas y Discursos Publicitarios me llamaba mucho la atención como diseñadora opté por conectar con otro de los temas que más me apasionan como ser humano, el medio ambiente. Por esta razón decidí participar en el programa de Comunicación y Cultura en la Era del Antropoceno de lo cual no me arrepiento pues el trabajo de animación que desarrollamos fue sumamente enriquecedor ya que nunca había realizado nada parecido.

Teniendo como referencia los resultados que presentaron mis compañeros y algunos productos audiovisuales en los que trabajamos en conjunto me adentré en las lecturas asignadas para ampliar nuestro contexto en el tema y descubrí una teoría muy interesante acerca del impacto que ha tenido el ser humano en su entorno. Conforme fueron avanzando las semanas pude identificarme con cada una de las narrativas propuestas, leyendo los cómics recopilados en la base de datos y adentrándome en las problemáticas actuales. El proceso de ilustrar al personaje fue un reto, desde la redacción del guion formulando preguntas interesantes con respecto a los contenidos y pensar como respondería el personaje, el intentar replicar la técnica de la ilustradora anterior para luego conceptualizar un producto diferente tomando en cuenta la estética y la identidad del personaje y editar cada cuadro con las expresiones necesarias siempre con el objetivo de eficientar el proceso manteniendo en orden todas las piezas valió la pena al ver el resultado final.

En conclusión, siento una profunda gratitud con todo el equipo que forma parte de este proyecto con quienes tuve la oportunidad de trabajar y aprender acerca de temas tan relevantes en la actualidad. Sin dudas enriquecieron ampliamente mi desarrollo profesional, así como habilidades indispensables para propagar un ambiente laboral sano y eficiente.

Santiago Orozco Parra

Licenciatura en Periodismo y Comunicación Pública

Trabajar en el Observatorio de Verano fue una oportunidad para poner en práctica muchos de los aprendizajes que he acumulado a lo largo de la carrera. Me sirvió especialmente para aplicar herramientas como el análisis de contenido y para entender mejor cómo los medios construyen narrativas, qué intereses hay detrás y cómo se encuadran ciertos temas políticos o sociales.

Uno de los espacios donde más noté esa conexión fue en la elaboración del *newsletter*. Durante la carrera tomé varios seminarios que hablaban de nuevas formas de contar noticias, y en uno nos enfocamos directamente en los boletines. Esa formación me permitió diseñar un producto que no fuera solo un archivo de publicaciones, sino que tuviera una lógica editorial propia, pensada para dialogar con las audiencias.

También me ayudó mucho lo aprendido en la escritura de notas para hacer los *copys* de redes sociales. Mi proceso fue ver los videos del Observatorio, analizarlos y luego armar un resumen que sirviera de gancho para que la gente se animara a ver el contenido completo. La idea era dar un adelanto sin contar todo, generar curiosidad. En algunos casos, también redacté descripciones a partir de los guiones de *ETIUS Analiza*, lo que implicó trabajar con síntesis y mantener el sentido del video.

Otra herramienta clave fue la mirada crítica que desarrollé en materias como *Comunicación pública*. Desde ahí, pude retomar autores como Martín Serrano o Juan Larrosa para pensar el papel de los medios en la creación de narrativas y en la forma en que se construye la esfera pública. Entender cómo se decide qué se publica, con qué enfoque y por qué, fue clave para el análisis que hicimos desde el Observatorio.

Además, la experiencia construyendo notas me sirvió para identificar cómo los medios encuadran los temas desde los titulares, los subtítulos y la selección de citas. Esa lectura editorial fue muy útil para el análisis de contenido realizado en el proyecto de investigación, ya que permitió ir más allá del recuento informativo y observar patrones narrativos y decisiones discursivas.

Me voy contento con lo que logramos, tanto en la coordinación de comunidades como en el proyecto de *Comunicación, política y acción colectiva*. La disposición y colaboración del grupo hicieron todo más fácil y enriquecedor.

Creo que lo que hicimos tiene mucho valor y potencial para seguir creciendo. Por eso me entusiasma la idea de volver a formar parte del equipo de ETIUS en el otoño de 2025. Hay temas importantes en el horizonte, como la elección judicial estatal en Jalisco en 2027, y sería interesante pensar desde ahora en un producto que ayude a entender tanto las propuestas como los perfiles de quienes aspiran a formar parte del Poder Judicial local.

Ximena Añorve Domínguez

Licenciatura en Diseño

Siendo esta mi primera experiencia cursando el PAP, me sentía bastante nerviosa. Durante el proceso de inscripción, en la entrevista, estaba especialmente ansiosa, ya que había escuchado que el PAP de ETIUS, si bien no era excesivamente pesado, sí implicaba una carga considerable de trabajo. Esto me preocupaba aún más considerando que planeaba cursarlo durante el periodo de verano, que es intensivo. Creo que, más que tener expectativas sobre el PAP, tenía expectativas muy altas sobre mí misma, y me angustiaba no estar a la altura. Aun así, aunque siempre hay espacio para aprender y mejorar, puedo decir con satisfacción que logré cumplir con lo que me había propuesto.

Una de las cosas que más me ayudó a mantenerme al nivel fue la excelente organización de María Quinn. Siempre me ha resultado más fácil trabajar cuando tengo estructuras claras como tablas, horarios o esquemas, así que contar con una coordinadora tan organizada me permitió tener una visión precisa de lo que se esperaba de mí y cómo lograrlo.

Por otro lado, algo que ahora, al reflexionar, me sorprende lo mucho que disfruté, fue la libertad creativa que me brindó mi coordinadora de programa, Verónica Nieva. En diseño, nos enseñan a trabajar muy de cerca con las indicaciones del cliente, a no guiarnos tanto por el instinto, y constantemente se nos recuerda que “todo depende del proyecto”. Hasta ahora, me había tocado participar en proyectos con muchas limitaciones creativas. Por eso, encontrar un proyecto como ESPRED fue muy enriquecedor: me permitió explorar mi propia visión, y sentir la confianza y guía de Vero hizo que me sintiera verdaderamente satisfecha con lo que logré.

Para concluir, mi primera experiencia en un PAP me ayudó a cumplir las expectativas que me había trazado al inicio, lo que me deja muy contenta con mi desempeño. Aunque sé que podría haber hecho más, me alegra haber tenido este espacio para encontrar mi ritmo y prepararme mejor para el próximo semestre.