



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
METROPOLITANA  
Unidad Xochimilco



Coordinación de  
Extensión Universitaria

# cauce

BOLETÍN INFORMATIVO | MARZO-ABRIL 2021 | Año 18 | Número ESPECIAL | XVII ANIVERSARIO



**Comunicación universitaria: reto UAMX 2021**

**RECTOR**

Dr. Fernando De León González

**SECRETARIO**

Mtro. Mario Alejandro Carrillo Luvianos

**COORDINADORA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA**

Dra. Elsa Muñiz García

En este número de *CAUCE*

**JEFA DE LA SECCIÓN DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN**

Karla Martínez

**JEFA DE LA SECCIÓN DE PRODUCCIÓN EDITORIAL**

Andrea Fuentes Silva

**FORMACIÓN**

Rosalía Contreras Beltrán

**UAM Xochimilco**

Boletín Informativo *CAUCE*

Tels.: 555483 7325 y 555483 7521

**Foto de portada:**

Equipo TVUAMX

**Fotos e imágenes:**

Equipo de TVUAMX, equipo de UAMX, Óscar Zavala,  
Luis Varela, Cecilia Ezeta,  
y Archivos Canvas

CAUCE. Año 18, número especial, marzo-abril 2021, es una publicación bimestral de la Universidad Autónoma Metropolitana a través de la Unidad Xochimilco, Sección de Información y Difusión de la Coordinación de Extensión Universitaria. Prolongación Canal de Miramontes 3855, colonia Ex-Hacienda San Juan de Dios, Alcaldía en Tlalpan, C.P. 14387, México, Ciudad de México y Calzada del Hueso 1100, colonia Villa Quietud, Alcaldía en Coyoacán, C.P. 04960, México, Ciudad de México, Teléfonos 555483-7325 y 555483-7521. Página electrónica de la revista <https://boletincauce.xoc.uam.mx> y dirección electrónica: [ceux@correo.xoc.uam.mx](mailto:ceux@correo.xoc.uam.mx). Editor Responsable: Elsa Muñiz García. Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del Título No. 04-2018-120617524000-106, ISSN en trámite, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Certificado de Licitud de Título y Contenido en trámite, otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Distribuida por la Coordinación de Extensión Universitaria, UAM Xochimilco, Prolongación Canal de Miramontes 3855, colonia Ex-Hacienda San Juan de Dios, Alcaldía en Tlalpan, C.P. 14387, México, Ciudad de México y Calzada del Hueso 1100, colonia Villa Quietud, Alcaldía en Coyoacán, C.P. 04960, México, Ciudad de México, Teléfonos 555483-7325 y 555483-7521. Este número se imprimió el 31 de marzo de 2021.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Universidad Autónoma Metropolitana.

Visita *CAUCE* en línea:

<http://boletincauce.xoc.uam.mx>



# Índice

<b>Editorial</b>	<b>1</b>
<b>IDEAS QUE IMPORTAN</b>	
<b>Difusión, divulgación y comunicación institucional en tiempos de crisis</b>	<b>2</b>
<b>Radio Abierta: Comunicación para el encuentro</b>	<b>5</b>
<b>El papel de los estudiantes de la licenciatura en Comunicación Social en la difusión de actividades de la Unidad entre la comunidad universitaria</b>	<b>7</b>
<b>La misión de comunicar del Proyecto de Divulgación de la Ciencia de la UAM Xochimilco.</b>	<b>12</b>
<b>PARADIGMAS</b>	
<b>El Laboratorio Aula Multimedia en la difusión de la cultura digital</b>	<b>15</b>
<b>Unidad de Comunicación para la UAM Xochimilco. Tu espacio de difusión</b>	<b>18</b>
<b>HABLEMOS DE ARTE</b>	
<b>TV UAMX: La televisión universitaria en tus manos</b>	<b>23</b>
<b>Registro Videográfico y Sonorización como parte de la comunicación en la UAM Xochimilco</b>	<b>27</b>
<b>ECOS DE LA CIENCIA Y DEL MEDIO AMBIENTE</b>	
<b>Salud mental en tiempos del COVID-19</b>	<b>30</b>

# Editorial

La comunicación es una de las capacidades con las que los seres humanos nacemos. Las maneras de comunicar son históricas, responden a una forma cultural específica. Nos comunicamos con hechos, acciones, gestos y, por supuesto con palabras, oralmente o por escrito, entre individuos y entre grupos.

El intercambio de saberes y de conocimientos sólo es posible a través de procesos comunicativos cuya complejidad ha ido en aumento, principalmente desde que las nuevas tecnologías han hecho del nuevo siglo su espacio privilegiado.

Las sociedades contemporáneas reúnen grandes cantidades de información acumulada y producida cotidianamente, de modo que sólo tenemos acceso a conocerla a través de métodos efectivos de difusión. Por otro lado, es indiscutible aceptar que las mujeres y los hombres de las nuevas generaciones han dejado de ser receptores impasibles de los contenidos que los diversos medios nos allegan, la interacción se ha vuelto una característica de los nuevos tiempos.

Es aquí donde la comunicación se ha convertido en una actividad estratégica en el intercambio, no nada más de conocimientos, sino de rasgos culturales y de la interacción entre los individuos. Hemos aprendido que la comunicación es un asunto de sobrevivencia en tiempos aciagos en los que las relaciones con los otros y otras está determinada por elementos ajenos a nuestra cotidianidad, aquellos que trastocan nuestra cercanía y convivencia en términos corporales. Es claro que la pandemia y el confinamiento al que ha estado sometida prácticamente toda la humanidad, nos ha dejado una gran enseñanza, la de reconocer la necesidad de comunicarnos con los demás.

En este contexto, la universidad y su comunidad se han mantenido vinculadas y han profundizado su sentido de pertenencia y de identidad en torno a objetivos y metas comunes en medio de condiciones adversas. Esto ha sido posible gracias a las formas de comunicación que hemos desarrollado, de la utilización de las nuevas tecnologías, que lejos de deshumanizar, han contribuido a estos esfuerzos por mantenernos en comunidad: la única forma de resolver las contingencias. Es por eso que estamos emprendiendo acciones que permitan consolidar los canales de comunicación que han permitido una relación efectiva entre todos y todas.

Este número de *Cauce* está dedicado a la comunicación que no puede ser más que social y humana; a la importancia de dichas capacidades para constituirse en lo que somos: comunidades que actuamos en pro de todos y todas; a la necesidad de reflexionar y actuar para que los canales de comunicación que nos hemos dado, funcionen efectivamente y, por supuesto, emprender búsquedas hacia nuevas formas de interacción e intercambio entre humanos.

# Difusión, divulgación y comunicación institucional en tiempos de crisis

*Mtra. Dolly Espínola Frausto*

*Directora de la División de Ciencias Sociales y Humanidades  
Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco*



Al inicio de su libro *21 lecciones para el siglo XXI*, Yuval Noah Harari (2018) coloca la siguiente reflexión:

En un mundo inundado de información irrelevante, la claridad es poder. En teoría, cualquiera puede intervenir en el debate acerca del futuro de la humanidad, pero es muy difícil mantener una visión clara. Con frecuencia, ni siquiera nos damos cuenta de que se produce, o de cuáles son las cuestiones clave.

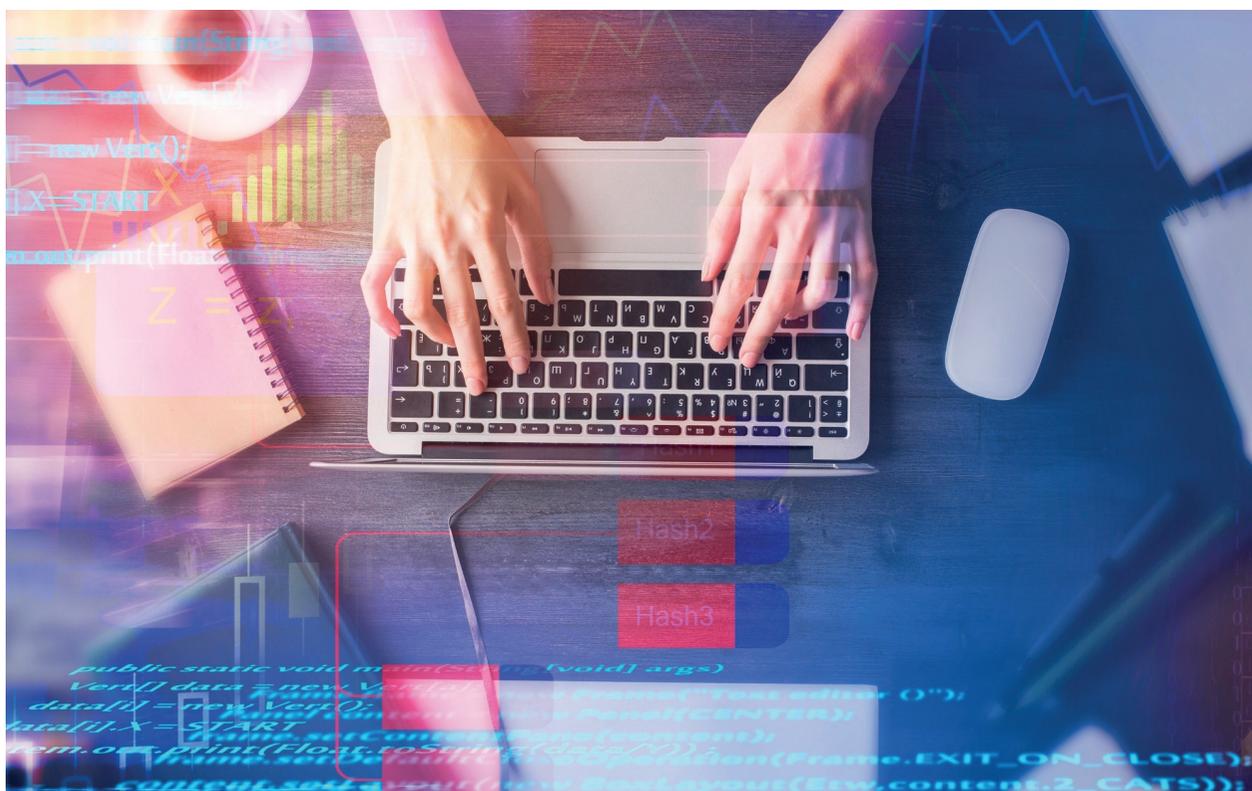
La idea de que nos encontramos en un momento de la historia en que podemos acceder a cantidades inimaginables de información es, sin duda, cierta; la cuestión es reconocer que la información resuelve problemas si se convierte en conocimiento para entender la naturaleza de estos y sus posibles soluciones. La importancia del procesamiento de la información y el desarrollo de estrategias de comunicación como un reto de las instituciones contribuye al logro de sus objetivos de desarrollo interno. La construcción y mejora de los vínculos entre los miembros de su comunidad y las relaciones con los distintos sectores sociales depende, en gran medida, de la capacidad de crear espacios, redes y contenidos significativos que articulen y hagan converger intereses y propósitos.

La comunicación institucional, concebida como un factor clave para el desarrollo de una organización, da cuerpo e identidad a la imagen que de ella se tiene y es un instrumento para la planeación y la gestión de los recursos; al mismo tiempo,

contribuye al desarrollo de los vínculos al interior y al exterior de la misma. Por esa razón, es una actividad profesional y especializada, que requiere de políticas para su desarrollo así como de recursos que permitan operar sus estrategias y acciones concretas de producción de contenidos.

En ese sentido, la comunicación en las instituciones educativas es una actividad central para el cumplimiento de las funciones sustantivas. La producción científica, la capacidad de formación de profesionales a distintos niveles y la participación como actores o agentes de cambio en la vida pública requiere identificar la especificidad de los distintos niveles de la actividad comunicativa en el contexto de la convergencia de lenguajes e hibridación de formatos que caracterizan el actual entorno mediático y de producción de sentido.

Una primera dimensión a considerar en la construcción de las estrategias de comunicación está en el reconocimiento de las tecnologías de la información y los dispositivos digitales



como factores estructurantes de los procesos de organización, circulación y consumo de la información y el conocimiento. Reconocer que el desarrollo de plataformas y la preeminencia de las redes como espacios de intercambio y acceso a contenidos, requiere de acciones pedagógicas que, a todos los niveles, permitan recuperar el conocimiento y experiencia institucional para incrementar el potencial transformador de la producción científica, creativa, formativa o de intervención y vinculación social, y es esencial para el desarrollo la política de comunicación.

Uno de los retos para el trabajo de difusión de las actividades que se realizan y para el fortalecimiento de los vínculos de colaboración académica entre las comunidades científicas que tienen sus propias lógicas y tradiciones de organización, radica en la capacidad de hacer de cada una de las acciones un elemento inscrito en la lógica del desarrollo institucional.

En el contexto de crisis por el que atravesamos, es necesario potencializar la centralidad de las instituciones de educación

superior como generadoras de conocimiento y, en ese proceso, considerar que las redes sociales operan bajo la lógica de complejos sistemas multimodales y multinodales que estructuran la organización sociocultural, lo que implica superar brechas de orden económico, tecnológico y/o pedagógico.

De manera particular, la difusión de las actividades que se realizan en la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Unidad constituye un factor determinante para la construcción del sentido de pertenencia, la memoria institucional, el reconocimiento a la capacidad trabajo y su impacto social. Al mismo tiempo, la divulgación de la producción científica sea mediante producción editorial, la organización de actividades o la participación eventos especializados, permite rearticular las redes académicas e incorporar temas en la agenda pública, sea como respuesta a problemáticas que afectan el desarrollo de la universidad, o bien, para definir alternativas y mecanismos de vinculación para la generación y aplicación del conocimiento.

Ante el clima de incertidumbre prevaleciente, y con la única certeza de que la recuperación será lenta y sus costos muy altos, es importante definir nuevos propósitos en el entramado institucional para contender con las necesidades de comunicación interna y externa.

Al tiempo que la actividad remota o a distancia se prolonga, traer a cuenta que, según la ECOVID-ED,<sup>1</sup> el ...55.7% de la población de educación superior usó la computadora portátil para recibir clases..., por lo que vuelve más urgente fortalecer las capacidades de comunicación institucional y reconocerlas como una actividad prioritaria para la planeación y la gestión de recursos que hagan un eje estratégico en el desarrollo del conjunto de las actividades sustantivas.

<sup>1</sup> INEGI (2021). ECOVID-ED 2020: <https://www.inegi.org.mx/investigacion/ecovidml/2020/>



# Radio Abierta: Comunicación para el encuentro

Sara Makowski

Profesora-Investigadora del Departamento de Educación y Comunicación  
Coordinadora de Radio Abierta. Universidad Autónoma Metropolitana,  
Unidad Xochimilco



En un jardín de la UAM Xochimilco, en el año 2009, nació una experiencia de comunicación *sui generis*: una radio sin cabina, al aire libre, realizada por personas que nunca habían hablado ante un micrófono y que, además, son portadoras de una etiqueta negativa socialmente asignada: locas y locos. Esta aventura sonora se llama Radio Abierta.

Con una escenografía mínima, que incluía dos mesas, sillas distribuidas en círculo, una consola, computadoras y una bocina, cada semana personas con experiencias psiquiátricas tomaban los micrófonos para contar su particular forma de estar en el



mundo. Sus voces viajaban por el éter radiofónico y por internet, desafiando el mutismo social que pesa sobre la locura, y se volvían audibles para dialogar y mezclarse con otras voces y conversaciones en la esfera pública.

Las historias y puntos de vista de quienes son denominadas locas y locos sobre lo que acontecía en la ciudad, en la política y en la cultura hacían interferencia en la comunicación pública, desestabilizando las fronteras aparentemente tan marcadas entre la locura y la cordura, entre lo normal y anormal, entre la salud y la enfermedad.

Desde sus inicios, Radio Abierta transmuta el silencio social en sonoridad humana para el encuentro y el reconocimiento de la diferencia. La potencia de esta iniciativa comunicacional radica, precisamente, en ser un espacio sonoro que acoge hospitalariamente las voces de la sociedad cuyo timbre se ha vuelto inaudible.

Cada miércoles, durante el encuentro semanal de Radio Abierta, se activan dos mecanismos convergentes. El primero habilita las condiciones materiales y simbólicas para la emergencia de la voz de aquellos que son socialmente no escuchados: la presencia humana en tanto espejo para reconocerse como una persona con potencialidades más allá del diagnóstico psiquiátrico; el espacio grupal que acompaña y se vuelve testigo

de esos decires otros, y los micrófonos y la bocina que amplifican el tono de las voces.

El segundo es el uso de la radio y las nuevas tecnologías para producir inclusión social y encuentro con la comunidad. La transmisión semanal del programa de Radio Abierta por FM 94.1 UAM Radio, el *streaming* a través de la red social Facebook y la difusión de *podcast* por internet hacen posible que estas voces, generalmente encerradas entre los muros de las instituciones psiquiátricas, circulen por la esfera pública. En ese transcurrir se mezclan con otras conversaciones, se vinculan con radioescuchas y con la comunidad de Facebook, y comienzan a ser socialmente reconocidas: voces que desde su condición de diferencia pueden aportar al flujo social más amplio.

El despliegue de estos dos mecanismos tiene efectos positivos tanto para quienes participan en Radio Abierta como para la comunidad en general. Para los primeros, hacer radio les ha permitido situarse en otro lugar de la enunciación, reconectar con sus intereses y deseos (muchas veces sepultados por el diagnóstico psiquiátrico) y reconfigurar sus vínculos con otros participantes, con estudiantes de la UAM-X y con las audiencias y comunidades que siguen esta iniciativa comunicacional. Quienes escuchan los programas y las emisiones de Radio Abierta experimentan una mayor empatía con las vivencias de las personas que tienen sufrimiento mental y un reconocimiento de sus recursos y contribuciones, que ayudan a la desestigmatización de la enfermedad mental y de quienes la padecen.

Si bien es cierto que experiencias de radio realizadas por personas con padecimientos mentales existen en muchos países, la primera de ellas es Radio La Colifata que funciona desde 1991 en el hospital psiquiátrico Borda de la ciudad de Buenos Aires, Radio Abierta es la única que nació en un jardín de una universidad, fuera de los linderos del encierro y la psiquiatrización. Y que desde el inicio apostó a producir comunicación para el encuentro con otros, con la diferencia y con la posibilidad de construir un mundo común donde cada quien tenga un lugar socialmente reconocido y valorado.



# El papel de los estudiantes de la licenciatura en Comunicación Social en la difusión de actividades de la Unidad entre la comunidad universitaria

*Mtro. Teseo López Vargas*

*Coordinador de la licenciatura en Comunicación Social  
Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco*

De acuerdo con nuestro plan de estudios, la licenciatura en Comunicación Social de la UAM Xochimilco forma comunicadores(as) capaces de elaborar políticas y estrategias a partir de realidades sociales vigentes en México y en función de proyectos de desarrollo que surjan de las necesidades e interés de la sociedad, consolidando planes de vinculación e interacción social efectivas, amplias y de calidad en instituciones públicas, privadas y organizaciones sociales.

También se indica que nuestros(as) estudiantes, posteriormente egresados(as), serán capaces de diseñar estrategias de comunicación a partir del análisis crítico de los campos en que se ubican las prácticas comunicativas. Comprenderán y utilizarán creativamente los lenguajes y técnicas propias de la comunicación y generarán habilidades para la construcción de estrategias comunicativas, desarrollando destrezas



en medios tradicionales y en el escenario de la convergencia hacia las nuevas tecnologías que se encuentran en constante evolución.

Para ello, es fundamental que pongan en práctica los conocimientos adquiridos antes de egresar de la licenciatura, por lo que el servicio social representa una buena oportunidad para que transiten en su formación académica hacia el campo profesional. En este sentido, la universidad estableció la prestación del servicio social como uno de los requisitos para la obtención del título profesional. Todo esto se encuentra definido en el Reglamento de servicio social dentro de nuestra Legislación Universitaria, y los(as) estudiantes de nuestra licenciatura cuentan con múltiples opciones para la realización de servicio social tanto a nivel interno como externo.

Corresponde a nuestra institución, también, promover y estimular la participación activa de los alumnos(as) o egresados(as), de manera que tengan oportunidad de aplicar, verificar y evaluar los conocimientos adquiridos durante los créditos de la carrera.

Debido a ello, todos los proyectos de servicio social se encuentran aprobados por el Consejo Divisional de Ciencias Sociales y Humanidades, y se busca que correspondan con las habilidades y el perfil del programa académico en comunicación. Hoy en día se contamos con aproximadamente 89 proyectos internos de servicio social y más de 120 externos. Entre los internos con los(as) que cuentan los estudiantes para la difusión de actividades de la Unidad Xochimilco y de la universidad, podemos mencionar algunos:

- La Coordinación de Extensión Universitaria (CEU)
- La Coordinación de Educación Continua (CEC)
- La Sección de Actividades Culturales
- TV UAMX
- UAM Radio
- Periodismo universitario
- Estrategias de producción televisiva y de video para la información y divulgación del quehacer universitario





- Apoyo al fortalecimiento de los departamentos y coordinaciones de la División de Ciencias Sociales y Humanidades (DCSH)
- Producción editorial de la DCSH y Departamento de Educación y Comunicación (DEC)
- Dirección de Comunicación Social de la Rectoría General, entre otros.

Todos ellos representan una buena oportunidad para que los estudiantes contribuyan con sus conocimientos en la difusión de la enorme oferta de actividades que realiza la Unidad Xochimilco, y de la cual no siempre está informada la comunidad.

En los proyectos mencionados anteriormente, los (as) estudiantes realizan una multiplicidad de funciones propias de los

diversos campos de la comunicación, tales como la investigación, guionismo, elaboración de carteles, trípticos, gráficos digitales, registro fotográfico, trabajo de reporteo, camarógrafos, conducción, edición y posproducción en radio y televisión, realización de páginas web, producción de contenidos multimedia, hipermedia y transmedia, así como difusión en redes sociales y organización de eventos académicos.

Al mismo tiempo en que la universidad se está desarrollando de esta manera, y también se otorga la formación integral y capacitación profesional de los(as) alumnos(as), el servicio social se constituye como parte de la formación académica de los(as) estudiantes, además de contribuir a una de las funciones sustantivas de la universidad: la preservación y difusión de la cultura.

Otros(as) estudiantes realizan su servicio en las galerías y casas de cultura de la universidad: Casa del Tiempo, en Tacubaya; Casa Rafael Galván y Galería Metropolitana, en la colonia Roma; Casa de la Primera Imprenta de América, en el Centro Histórico de la Ciudad de México, lo cual ha representado para ellos conocer y difundir entre el público en general un panorama más amplio de los trabajos de nuestra institución en el ámbito de la cultura en nuestro país.

Al platicar con estudiantes de la licenciatura en Comunicación Social que han realizado el servicio social en algún proyecto interno, han manifestado que su experiencia ha sido muy gratificante al colaborar en la universidad que los ha formado y al tener la oportunidad de conocer aún más a la institución y las actividades realiza; porque en muchas ocasiones como es-

tudiantes no tuvieron conocimiento de todo lo que se generaba en su Unidad. Les resulta de particular interés conocer a fondo lo mucho que realiza la universidad en cuanto a investigación y, sobre todo, difusión de la cultura.

Así, nuestros(as) estudiantes han podido tener un acercamiento más profundo del trabajo que hace nuestra institución en otros ámbitos diferentes a la docencia, que en muchos casos representa la experiencia más cercana en la Unidad Xochimilco.

Por todo lo anterior, debemos fortalecer y motivar aún más el interés de los(as) estudiantes de nuestra licenciatura por participar activamente en los trabajos de difusión de la universidad hacia la comunidad y entre el público en general, así como aprovechar y nutrirnos de los conocimientos y habilidades de las y los jóvenes.



# La misión de comunicar del Proyecto de Divulgación de la Ciencia de la UAM Xochimilco

*DCG Cecilia Lucia Ezeta Genis*

*Jefa del Proyecto de Divulgación de la Ciencia  
Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco*

*“Conocimiento que no se comparte,  
no sirve para nada”  
MICHIO KAKU*





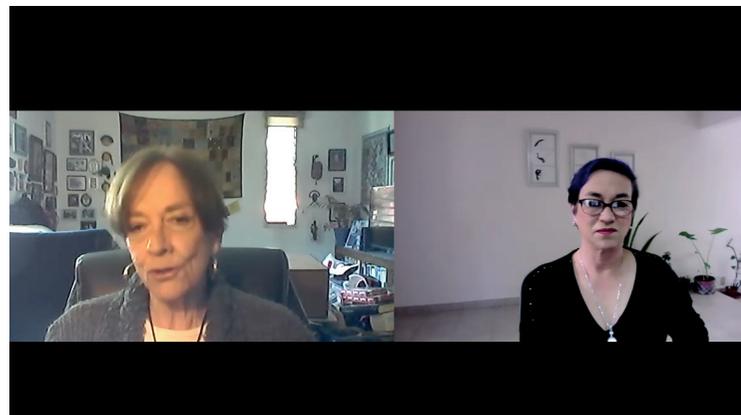
En nuestra universidad contamos con tres funciones sustantivas: docencia, investigación, y la preservación y difusión de la cultura. En esta última se ubica el trabajo de la Coordinación de Extensión Universitaria, que alberga al proyecto de Divulgación de la Ciencia (DC) de reciente creación, gracias al acuerdo del Rector de octubre 2019, el cual tiene como antecedente la Galería de las Ciencias, fundada en el año 2006, así como el Centro de Información y Documentación Específica de Xochimilco (CIDEX), creado desde 1990.

### **¿Por qué es importante la presencia de este proyecto universitario?**

La generación del conocimiento por parte de nuestros(as) investigadores(as) y de quienes se forman con ellos(as) en licenciatura y posgrado da como resultado un cúmulo de datos, teorías, aplicaciones y experiencias que buscan incidir en la búsqueda de mejores condiciones para el mundo que nos rodea; sin embargo, compartir ese conocimiento no se ha dado de forma amplia entre los sectores sociales no especializados.

La universidad pública tiene como compromiso comunicar lo que hace, y es por ello que al crear un proyecto cuyo objetivo es visibilizar el resultado de los que se genera dentro de sus laboratorios, aulas y espacios diversos, sea de las ciencias naturales, básicas, sociales, o bien, del resultado de la conjunción de ellas, como es el ámbito del diseño, se cumple el objetivo de que la gente conozca aún más las investigaciones realizadas en esta Unidad.

Como una actividad cotidiana, los profesores-investigadores participan en múltiples eventos cuyos formatos permiten difundir el conocimiento, pero entre pares o disciplinas; sin embargo, ¿qué pasa con el público común que no pertenece al mundo universitario?, es ahí donde la divulgación crea sentido, ya que el discurso especializado tiene que transformarse en un lenguaje sencillo, que sin perder el rigor de los datos científicos, permita el fácil acceso de públicos diversos, los cuales requieren conocer más sobre el porqué y cómo funciona el mundo. A medida que tenemos más



información y conocimiento, las posibilidades de mejorar el bienestar de la sociedad son mucho mayores.

DC en la UAM Xochimilco pretende ser un vehículo de comunicación entre los investigadores y la sociedad, mediante exposiciones de divulgación donde el diseño de la comunicación gráfica es el recurso, y ahora con el trabajo virtual, mediante el registro de testimonios de investigadores en series cuyos títulos son los siguientes:

- Charlas de ciencia. La investigación contada por sus protagonistas
- Gente de ciencia. Investigación y docencia
- Jóvenes en la ciencia. La investigación Ya
- Emisarios de la ciencia. Egresados haciendo divulgación
- Galería de las ciencias. Exposiciones en video

Compartir el conocimiento y mostrar la parte humana de nuestros profesores (as)-investigadores (as), los logros, los avances de sus campos disciplinarios y cómo impactan a la sociedad; conocer a los y las jóvenes que buscan transformar las realidades mediante su formación investigativa, así como el de aquellos (as) profesionales que se han formado en nuestra institución y que ponen en alto el nombre de la UAM Xochimilco son parte de lo que en este momento trabaja el proyecto de Divulgación de la ciencia, y que pone a la disposición mediante un sitio en Youtube, el cual sirve también como reservorio de estos testimonios.

Estas acciones fortalecen la tercera función sustantiva de esta casa de estudios, y proveen de información al público, quien al saber más, tendrá herramientas para sentirse más seguro y en bienestar.

<https://www.youtube.com/c/DivulgacióndeLaCienciaUAMX>

<https://www.facebook.com/divulgaciondelacienciauamx>

<https://www.instagram.com/divulgaciondelacienciauamx/>





La difusión y preservación de la cultura constituye una parte esencial de las funciones que cumple la UAM Xochimilco como institución de educación superior pública. Además de la docencia y la investigación, el servicio es la tercera función sustantiva que la universidad lleva a cabo a través de programas y proyectos de educación continua, a distancia, de extensión universitaria y de difusión cultural, entre los que se encuentra el Laboratorio Aula Multimedia (LAM).

El LAM tiene sus antecedentes directos en Aula Multimedia UAM/Universia que nació el 31 de marzo del 2004, con el propósito explícito de difundir cultura digital entre la comunidad universitaria a través de cursos y talleres. El proyecto se materializó en un aula de medios-inteligente, con 30 computadoras instaladas y conectadas a Internet, y representó una acción concreta derivada del proceso de apropiación social de la tecnológica digital en la UAM Xochimilco.

La idea de instalar un aula con estas características surgió dentro del Área de Investigación: Educación y Comunicación Alternativa (Educoma). No obstante, desde un principio, el proyecto quedó adscrito a la Coordinación de Educación Continua y a Distancia (CECAD), con el objetivo de ofrecer un servicio educativo a la comunidad dentro de este recinto. Se pensó que en un contexto socio-técnico hipermediado por la tecnología digital y las redes sociales, la difusión de cultura digital debía ser considerada como un servicio básico para la comunidad.

Con el tiempo, el proyecto evolucionó e integró otra serie funciones académicas, además de la docencia. Los recursos tecnológicos disponibles (*hardware y software*) se utilizaron para producción de materiales educativos y objetos de aprendizaje en diversos formatos multimedia, así como para desarrollar proyectos de investigación aplicados a la educación, en colaboración con la licenciatura en Comunicación Social y la Maestría en Desarrollo y Planeación de la Educación.

Para el 2012, el aula se reconfiguró como laboratorio y, desde entonces a la fecha, en el LAM se cumplen las funciones universitarias de docencia, investigación y asesoría técnica, producción de materiales educativos y, particularmente, de difusión de cultura digital, aplicando un modelo de gestión académica desarrollado en Educoma, denominado *Universidad Nodo* (cfr. Andión, M. 2019).

La aplicación del modelo de *Universidad Nodo* implicó articular el LAM a una red de proyectos universitarios de difusión de cultura digital y cultura universitaria, lo cual requirió construir una plataforma en Internet y crear sitios en las principales redes sociales para difundir los contenidos que se producen y las actividades que se realizan dentro del laboratorio (<http://multimedia.xoc.uam.mx>).

A su vez, se desarrolló el proyecto CiberCampus UAMXochimilco (<http://cibercampus.xoc.uam.mx>), mediante el cual se ha trabajado en cinco líneas de producción

audiovisual a partir de las siguientes series: una de cortometrajes documentales sobre los profesores (as) distinguidos (as); una de cápsulas en video sobre la opinión de los (as) académicos (as) sobre temas de coyuntura; otra sobre la obra académica y artística realizada por académicos (as) de la UAM Xochimilco; una más de conferencias sobre cultura digital presentadas durante el evento trimestral (que realiza el LAM desde el 2015), conocido como la *Semana de la Cultura Digital* (SCD); y otra de videos de entrevistas a los (as) conferencistas participantes en las distintas *Semanas de la Cultura Digital*.

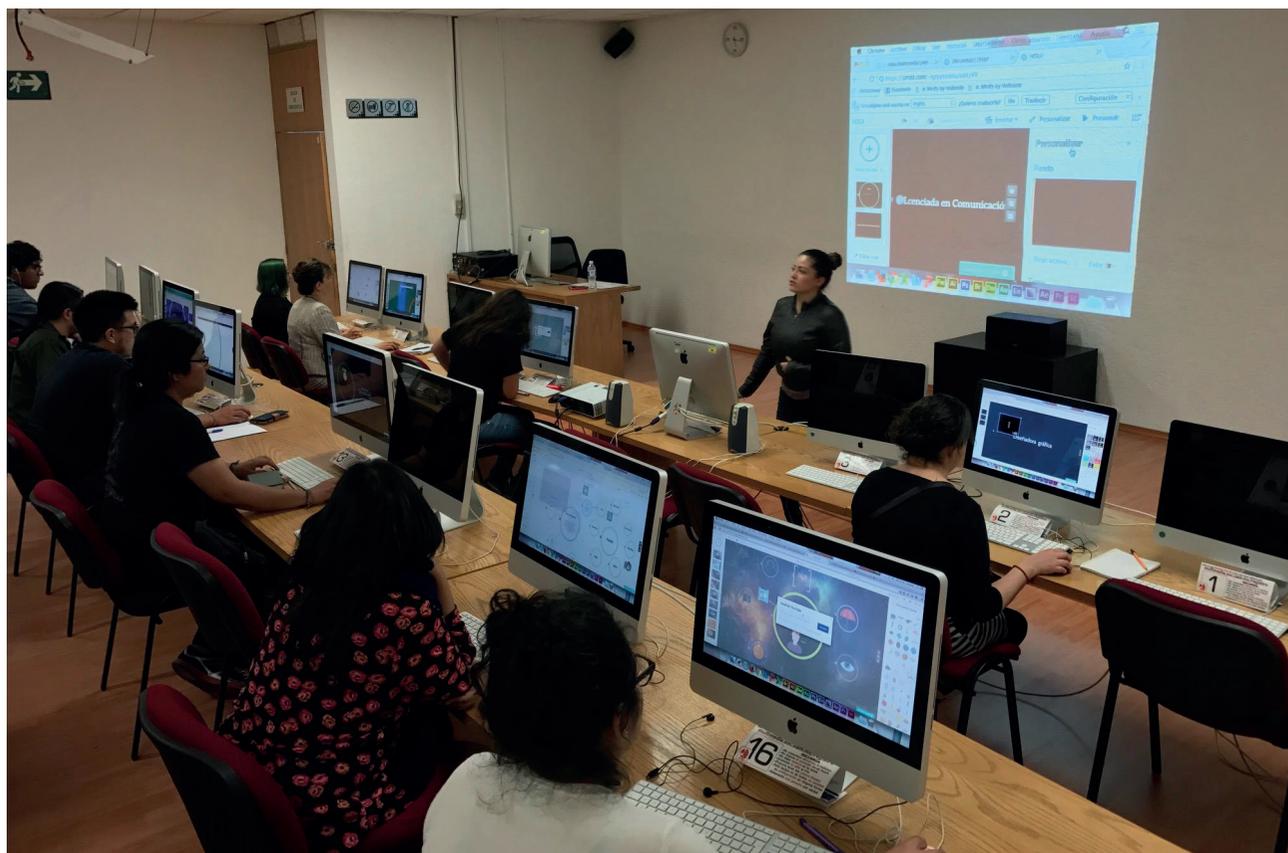
La SCD es una actividad académica realizada periódicamente. Actualmente se encuentra en su 18ª edición, y tiene la finalidad de difundir cultura digital y analizar los efectos del uso y apropiación de tecnología digital en los distintos campos profesionales. Para ello, se realizan ciclos de conferencias im-

partidas por expertos (as) y profesionales de diversas áreas y se llevan cabo talleres gratuitos sobre habilidades digitales. Todo ello con la intención de introducir en la cultura universitaria el uso apropiado de las tecnologías digitales de la información y la comunicación (TIC) en la vida académica, y contribuir de esta forma al fomento de la alfabetización digital dentro y fuera de la UAM Xochimilco.

## Referencias

Andión, Mauricio (2019). *Universidad Nodo: Modelo para formación de comunicadores en la era digital*. UAM Xochimilco: México.

Laboratorio Aula Multimedia (diciembre 2019). Informe Anual. [Reporte Interno]. UAM Xochimilco: México.



# Unidad de Comunicación para la UAM Xochimilco

## Tu espacio de difusión

*Coordinación de Extensión Universitaria  
Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco*



El pasado mes de febrero se dio a conocer el Acuerdo 01/2021 del Rector de Unidad, por el que se creó la Unidad de Comunicación Académica e Institucional de la Unidad Xochimilco (UNICOM-X); aquí te explicaremos de qué se trata.

La UNICOM-X es un mecanismo de enlace entre la Rectoría y la Secretaría de Unidad, constituida como una estrategia de comunicación que contempla las diversas instancias de esta Unidad dedicadas a la comunicación y la difusión, organizada de

manera transversal para optimizar los recursos y aumentar la eficacia en la promoción de nuestras actividades sustantivas: la docencia, la investigación y la preservación y difusión de la cultura.

En este sentido, es importante señalar que más allá de la mención que se hace en la legislación de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) sobre la importancia que tienen la divulgación de la ciencia y la difusión y promoción de la cultura como una de las funciones sustantivas de la universidad, en nuestra Unidad no se habían creado políticas de comunicación que definieran el quehacer comunicativo en nuestra casa de estudios, ni una instancia específica para brindar atención y servicio a las necesidades de promoción y difusión de las actividades para la comunidad.

En la actualidad tanto el desarrollo de las sociedades, así como el avance tecnológico, han hecho de la comunicación un factor primordial del quehacer docente e investigativo, por ello, las políticas de comunicación resultan imprescindibles para cumplir con las otras funciones establecidas en el Reglamento Orgánico. Son fundamentales en la generación y gestión de la imagen y la comunicación tanto interna como externa la relación con los medios de comunicación, con Comunicación Social de Rectoría General, y con las demás Unidades y las Direcciones Divisionales; la gestión de las redes sociales; la difusión de la oferta académica y cultural; la divulgación de las investigaciones producidas en la Unidad y de los(as) investigadores(as); la extensión de los servicios a la comunidad, así como la promoción de la producción editorial y audiovisual.

Con base en estos razonamientos, la UAM Xochimilco hizo un autodiagnóstico de cómo venía operando su comunicación dentro de la universidad, ya que es un aspecto fundamental para que todos sus miembros cuenten con información óptima que coadyuve a un mejor desarrollo de sus actividades y la visibilización de éstas.

Se consideró que cuanto más estructurados y ordenados fueran los procesos de la información que se transmite, sería posible establecer relaciones de mayor calidad al interior de la

comunidad. Este diálogo entre una institución y sus miembros permite manifestar una identidad y proyectar su imagen hacia el exterior. En el caso de nuestra Unidad, también se llegó a la conclusión de que la comunicación institucional tiene la responsabilidad de generar una identidad de ser UAM y una imagen universitaria centrada en los valores de honestidad, sabiduría, responsabilidad, respeto, justicia, equidad y universalidad.

### **Para qué se crea UNICOM-X**

La UNICOM-X se crea para dotar de dirección e identidad a las acciones comunicativas internas dirigidas a la comunidad universitaria, y a las relativas a la comunicación externa, a través de los distintos medios, a fin de apoyar a las dependencias que así lo requieran en cuanto a la difusión de sus proyectos, programas de investigación y académicos, así como de diversos eventos culturales generados por quienes conforman a esta sede académica.

Esta Unidad de Comunicación en la que participan diversas instancias de la UAM Xochimilco, bajo un esquema de organización transversal (es decir, de una relación horizontal entre sus partes y no de subordinación), es un mecanismo mediante el cual se diseñarán profesionalmente estrategias de comunicación encaminadas a fortalecer el reconocimiento institucional y el posicionamiento público de nuestra universidad y su comunidad, además de sensibilizar a los diversos actores universitarios sobre la importancia de esta iniciativa a fin de contar con su interés y participación.

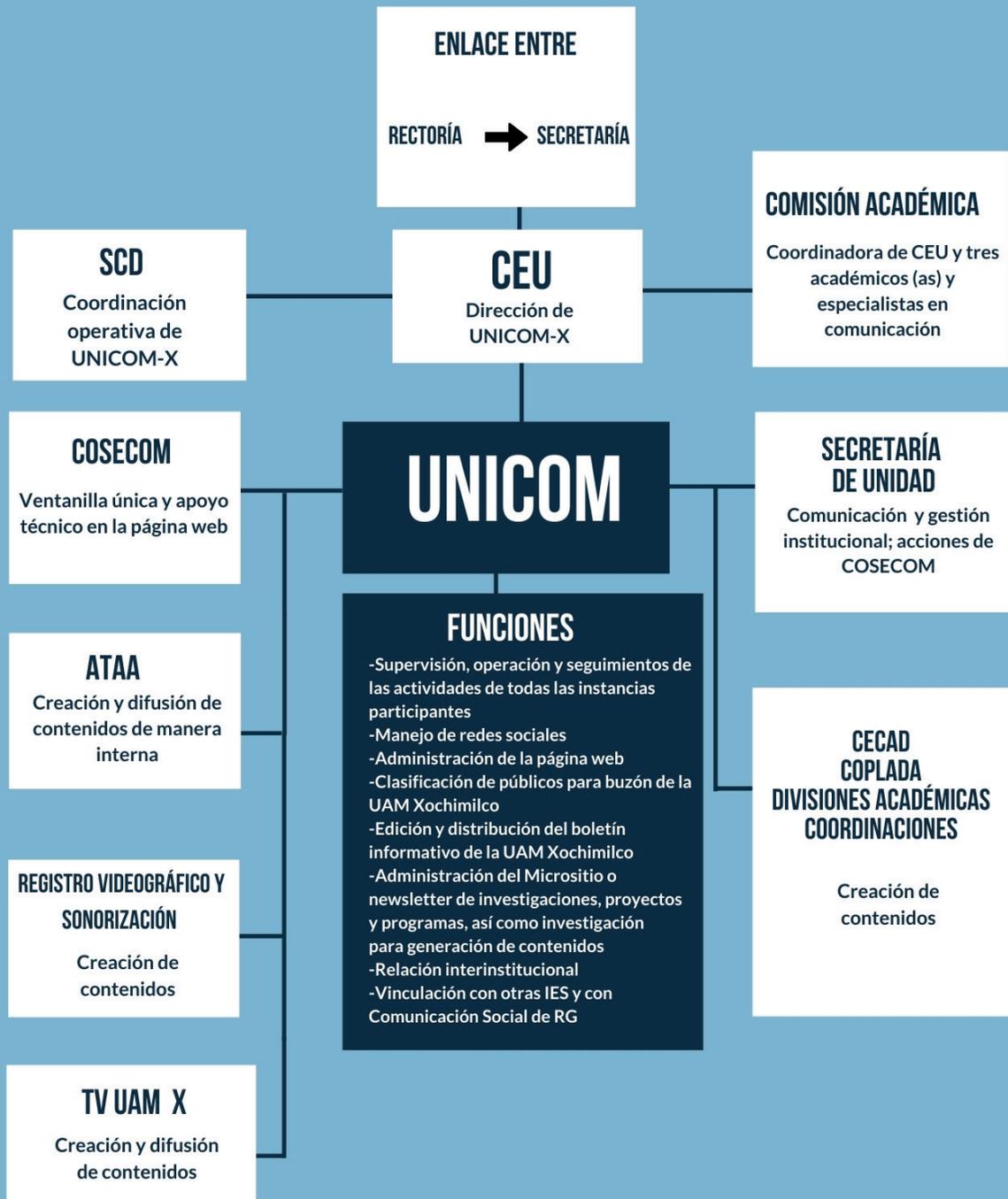
Partimos de la premisa de que tan importante es producir conocimiento como transmitirlo y darlo a conocer.

### **Misión, visión y propósito de la UNICOM-X**

#### *• Misión*

Difundir y promover entre la comunidad universitaria de la Unidad Xochimilco y el público en general el quehacer institucional de esta casa de estudios, a través de canales de

# Organigrama



comunicación internos y externos para dar a conocer sus funciones sustantivas, así como los proyectos y actividades en estos ámbitos, a partir del diseño de estrategias que satisfacen las necesidades de cada proyecto y que apoyen la permanente presencia de la Unidad Xochimilco.

• *Visión*

Ser una unidad que genere y se rija por políticas operativas de comunicación claras y precisas, basadas en los valores de la UAM, que coadyuven a visibilizar con eficiencia, de manera interna y externa, la producción realizada por la comunidad universitaria en la docencia, la investigación, la difusión de la cultura, las artes y la divulgación de la ciencia, en donde las tecnologías de comunicación sean un pilar fundamental para trascender en los distintos ámbitos nacionales, en principio, y luego mundiales.

• *Propósito general*

Dar a conocer y promover la participación en las actividades realizadas por las distintas áreas que componen a la UAM Xochimilco entre la comunidad universitaria y el público en general, a fin de crear diálogos y vínculos con nuestros públicos objetivos, así como con diversas instituciones e instancias para acercarlos al quehacer cotidiano de la Unidad.

**Qué difundirá UNICOM-X**

- a) Los planes y programas de estudio que se ofrecen en la Unidad.
- b) La oferta de programas de educación continua, proyectos de vinculación y extensión universitaria.
- c) Los resultados destacados de las actividades de docencia, investigación, difusión y preservación de la cultura y servicios generados por la comunidad universitaria de la Unidad Xochimilco.
- d) Los documentos emitidos por los órganos colegiados o personales como convocatorias, políticas, lineamientos, instructivos o pronunciamientos.
- e) La difusión de los trámites, servicios escolares y buzón institucional.

**Tareas que desarrollará UNICOM-X**

- a) Organizar los esfuerzos de comunicación institucional y académica de la Unidad.
- b) Con el apoyo de Comunicación Social de Rectoría General, establecer enlaces con medios de comunicación para posicionar a nuestra Unidad como fuente legítima de información, análisis y opinión ante la sociedad mexicana.
- c) Administrar los contenidos de la Unidad en las redes sociales.
- d) Verificar y propiciar que las redes de las distintas instancias de la Unidad cumplan con los requisitos institucionales de identidad.
- e) Administrar la página Web de la Unidad.
- f) Apoyar la creación de contenidos, verificar los elementos básicos de la identidad institucional y difundirlos con la participación de CEUX-TV, TV UAM-X, Oficina de Acompañamiento a Trayectorias Académicas de Alumnos (ATAA) e iniciativas de radio a cargo del personal académico de la Unidad y de UAM Radio.
- g) Apoyar en la producción del Boletín Informativo principal de la Unidad, y generar los boletines periódicos orientados a difundir en la comunidad el programa de actividades de la Unidad, de CEUX y de las divisiones académicas.
- h) Difundir los análisis y opiniones de las y los académicos, respecto a los acontecimientos y problemas de la sociedad contemporánea que son relevantes y de interés público.
- i) Mantener una comunicación estrecha con la Dirección de Comunicación Social de la Rectoría General de la Universidad, con la finalidad de que los contenidos de mayor relevancia generados en la Unidad sean dados a conocer a toda la Universidad.
- j) Establecer relaciones interinstitucionales con otras instituciones de educación superior y dependencias gubernamentales de vocación educativo-cultural, medios de comunicación externos, de tal forma que la comunidad universitaria y el público en general, se beneficie de los aportes culturales generados por dichas instituciones y dependencias, y se identifiquen oportunidades de colaboración entre ellas y la Unidad.
- k) Canalizar el flujo interno de comunicación para agilizar la gestión administrativa, escolar y de servicios.
- l) Servir de enlace entre la Unidad y los medios.



Casa abierta al tiempo  
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**  
Unidad Xochimilco



## UNIDAD DE COMUNICACIÓN UNICOM-X

La Unidad de Comunicación (**UNICOM-X**) brindará apoyo a las divisiones coordinaciones e instancias de la **UAM** Unidad Xochimilco en la producción de contenidos, su difusión y comunicación al interior y al exterior de la misma.

**Su propósito general**

Los **planes** y **programas** de estudio que se ofrecen en la Unidad.

La oferta de programas de **educación continua**, **proyectos de vinculación** y **extensión universitaria**

Los resultados destacados de las actividades de **docencia**, **investigación**, **difusión** y **preservación de la cultura** y **servicios generados** por la comunidad universitaria de la **Unidad Xochimilco**.

Los documentos emitidos por los órganos colegiados o personales como **convocatorias**, **políticas**, **lineamientos**, **instructivos** o **pronunciamientos**.

La **difusión** de los **trámites**, **servicios escolares** y **prestaciones**.

**Qué difundirá:**

#ConLaCasaAbiertaTiempo  
#LAUAMXcontigoencasa  
#UNICOMXcomunicaengrande  
#UNICOMXdifusionenmovimiento  
#UNICOMXtuespaciodedifusión

Dar a conocer y promover la participación en las actividades realizadas por las distintas áreas que componen a la **UAM Xochimilco** entre la **comunidad universitaria** y el **público** en general, desde la **investigación**, la **academia** y la **cultura**, y generar una **visión integral e interdisciplinaria** sobre nuestra vida universitaria y la sociedad actual.

Si quieres acercarte a UNICOM-X, para promocionar un evento, actividad, investigación o proyecto, ponemos a tu disposición la liga de la ventanilla de nuestros servicios de difusión: <https://serviciosdedifusion.xoc.uam.mx/> liga de ventanilla única y el correo [difusion@correo.xoc.uam.mx](mailto:difusion@correo.xoc.uam.mx) para cualquier duda o informe que requieras.

En UNICOM-X consideramos que el correcto flujo de información y retroalimentación debe estar muy presente en to-

dos los niveles de la Unidad Xochimilco, para lograr una real vinculación entre docencia e investigación y la producción de conocimientos desde una perspectiva inter y multidisciplinaria, con un compromiso social bien definido, a través de una adecuada promoción de la ciencia y la cultura. Por ello, queremos ayudarte a comunicar en grande y ser tu opción de difusión en movimiento.

# TV UAMX: La televisión universitaria en tus manos

*Lic. Omar Quintero Pérez*

*Jefe del Proyecto TV UAMX  
Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco*



Con el transcurso de los años, en los medios de comunicación la televisión ha sido muy importante en cuanto al acceso que tiene en los hogares y, sobre todo, en la transformación del imaginario social de los espectadores; sin embargo, para esta era de la información, la televisión ha quedado rebasada por las redes sociales. Algunos hablan de la democratización de los medios, pero otros de simplemente un aparato mediático con un mayor potencial en cuanto a interactividad y un nuevo modo de comunicación.

Con lo anterior sobre la mesa y reflexionando en las posibilidades que ofrecía el nuevo mundo informático con sus nuevas tecnologías de la información, surgió el proyecto TV UAMX (<https://www.youtube.com/user/uamtvx/featured>), el cual retomó lo positivo de las redes sociales, que en conjunto con las herramientas de la comunicación, en cuanto al lenguaje televisivo y audiovisual, construyeron un proyecto que posee la oportunidad de aportar en la visibilidad de las tres funciones sustantivas de la Universidad Autónoma Metropolitana.

Si perteneces a la comunidad de la UAM Xochimilco, debes enterarte que eres parte de este proyecto. ¿Cómo? Es sencillo, cada tarea que realizas para la universidad es el campo de trabajo para nosotros (as), es por tal razón que tú eres uno más de nosotros (as).





En este momento histórico mundial, en el cual tuvimos que guardar distancia en una eterna cuarentena, TV UAMX logró consolidar su espíritu de divulgador de la cultura, la ciencia y el quehacer universitario. La UAM ha tenido que transformarse y adaptarse para seguir adelante en la formación de sus estudiantes, y no sería posible sin todos los apoyos que se han gestado desde las diferentes trincheras universitarias. Desde una de éstas, es donde TV UAMX reconstruyó su programación y, además, conjuntando esfuerzos con la Coordinación de Extensión Universitaria (CEU), ha logrado establecer un flujo de trabajo que permite brindar apoyos audiovisuales y de *streaming* para la docencia, la difusión y la divulgación.

Hoy nos enorgullece poder dar la bienvenida de forma remota a los nuevos(as) universitarios(as), mejor conocidos(as) como del Tronco Interdivisional (TID) y brindarles un cálido saludo para que arranquen de la mejor forma sus estudios de licenciatura. De la misma manera, se ayuda para que estudian-

tes de las diversas carreras puedan estar presentes en congresos y coloquios que enriquecen su formación profesional.

Una de las grandes ventajas que ofrece esta forma de trabajar, es que logramos acercar a la comunidad con sus profesores(as) y, en conjunto con participantes de todo el mundo, el intercambio de ideas y trabajos es una realidad.

La internet nos ha permitido abrir el panorama universitario y los resultados desde la docencia. Alumnos, alumnas, profesores y profesoras pueden seguir resguardados sin tener que dejar de lado la importancia del conocimiento. Sabemos perfectamente que se volverá al modo presencial y que la red será enriquecedora, junto a la convivencia, y que las aulas estarán de regreso con su quehacer universitario, así como todos los proyectos e investigaciones que nos han puesto en el radar educativo nacional.

La gran espina dorsal del proyecto TV UAMX es la divulgación de la ciencia y la cultura. Hemos apostado por ello debido



a que buscamos rescatar el pensamiento y la ideología de esta gran universidad, que desde su creación en 1974, ha procurado apoyar a su entorno social. ¿Qué mejor manera de estar presente en la construcción de una sociedad que darle conocimiento, educación y cultura? Éste es el espíritu de TV UAMX, que junto con todo su equipo y colaboradores (as), contigo y tu valioso trabajo en la universidad nos permite poner este proyecto en tus manos y contribuir al desarrollo de la de la Universidad Autónoma Metropolitana para brindar cada día más y mejores opciones para el bienestar social de este país.

Aún tenemos mucho por hacer, y esta nueva etapa de TV UAMX, que cumple apenas siete años de constante trabajo y formación profesional de sus alumnos y alumnas de servicio social, renovamos las ganas de seguir construyendo materiales audiovisuales y contenidos para que todos los que somos parte de esta gran co-

munidad universitaria sigamos el rumbo y ofrecerles a nuestras y nuestros estudiantes lo mejor de nosotros y de esta Universidad.

Así que ya lo sabes, la televisión universitaria también está en tus manos y eso nos enorgullece. Si eres estudiante de biológicas, estás en TV UAMX; si eres profesor o profesora, formas parte de TV UAMX; sí eres trabajador (a) de esta casa de estudios, también tienes un lugar aquí. Somos la universidad y TV UAMX es su ventana para el mundo.

Ayúdanos a seguir reconstruyendo este proyecto y recuerda que el conocimiento es importante, pero más importante aún es compartirlo, lo cual es nuestra tarea. Este es nuestro compromiso contigo y con todos (as) los que estamos hoy aquí.

Espero conocerte pronto y compartir contigo este quehacer. Las puertas de TV UAMX están abiertas. Gracias por todo lo que has colaborado y por ser parte de este gran proyecto.

# Registro Videográfico y Sonorización como parte de la comunicación en la UAM Xochimilco

Lic. Óscar Zavala Dopazo

Jefe de la Sección de Registro Videográfico y Sonorización  
Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco



Desde sus inicios, la Sección de Registro Videográfico y Sonorización (SRVS), antes Producción Audiovisual, ha sido un eslabón importante para la preservación, comunicación y difusión de las actividades de esta Unidad tanto al interior como al exterior de los muros universitarios. Desde su fundación, se convirtió en la principal instancia de registro de material audiovisual de las actividades que se realizan en esta sede académica.

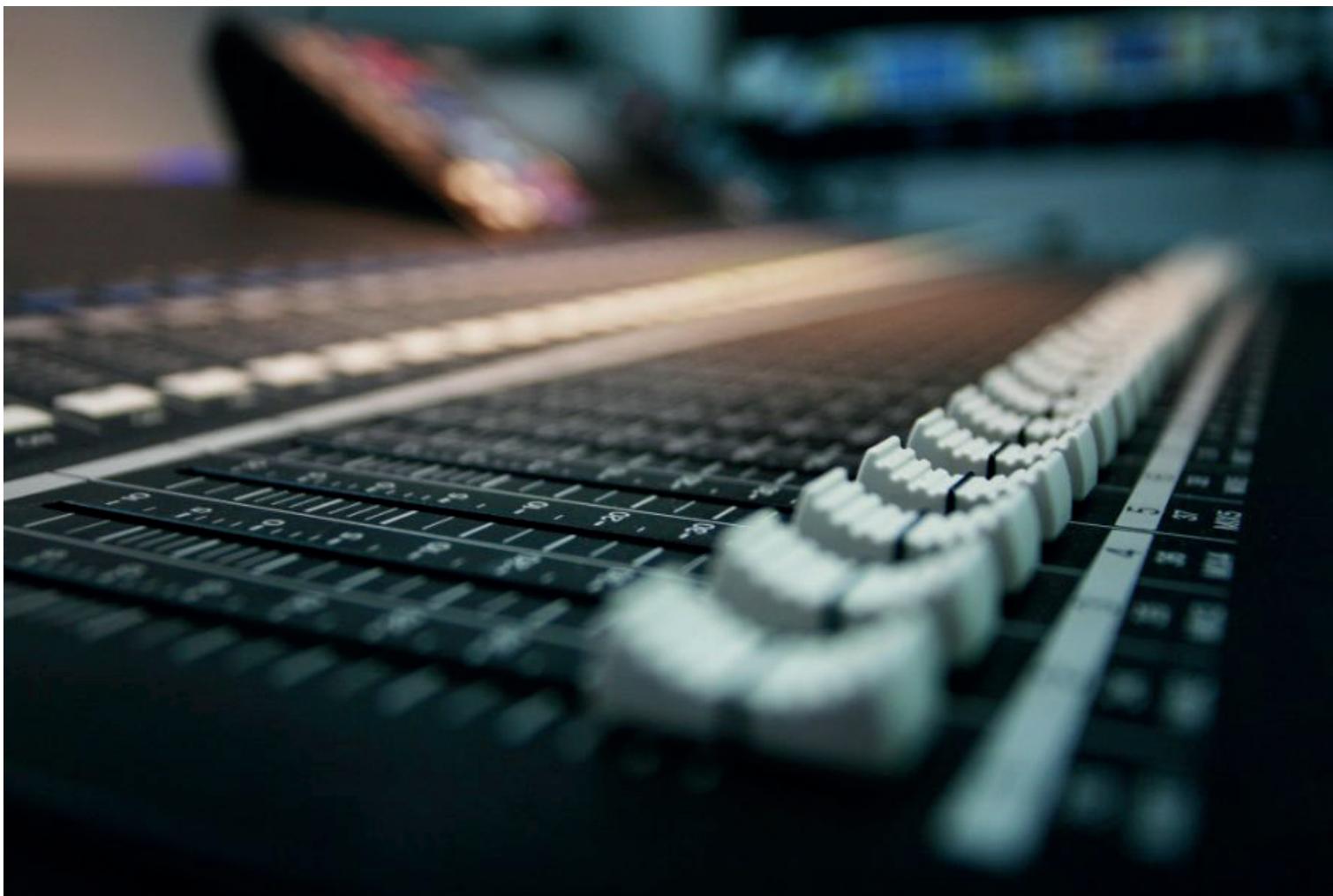
A la par del registro de actividades, la srvs se enfoca en la creación de materiales que funcionen como apoyo académico, material de difusión de actividades académicas y culturales y de promoción. Con la llegada de las tecnologías digitales, las formas de registro fueron cambiando y actualizándose para ser de más fácil acceso para los usuarios, por lo que en la srvs tuvimos que migrar a los nuevos canales de comunicación para hacer llegar las actividades de la Unidad a la comunidad.

Entre los años 2011 y 2012 se inició la implementación de las redes sociales de la sección, con la página de Facebook (<https://www.facebook.com/SEREVISONUAMX>) y del canal de YouTube (<http://youtube.com/c/RegistroVideograficoySonorizacionUAMX>), para poder difundir a un público más extenso las actividades que realiza la Coordinación de Extensión Universitaria (CEU) y la Unidad Xochimilco en general.

A la fecha, en Facebook contamos con 1,090 seguidores y un acervo de aproximadamente 2,300 fotos que están a disposición de la comunidad para el apoyo de materiales de difusión. En YouTube tenemos 196 videos y 26,400 suscriptores. Estos canales nos han permitido llegar a un amplio espectro de público más allá de las fronteras universitarias.

Al aparecer el proyecto TV UAMX, la sección se convirtió en un área de producción más detallada, así como de acervo histórico de las actividades académicas y culturales. A partir del año 2019, con la reestructuración que se hizo en la CEU, la sección inició un nuevo proceso de modernización de equipo y objetivos para poder generar materiales de promoción, información





y difusión de la cultura y de la vida académica que, junto con el trabajo de la Sección de Comunicación y Difusión, se lanzan para ser vistos por todo el público para ofrecer la oferta educativa, cultural y científica de la Unidad Xochimilco.

A inicios del año 2020, con el confinamiento provocado por el COVID-19, se presentó un nuevo reto para la SRVS: generar y apoyar con la creación de contenidos para mantener la vida cultural de la UAM Xochimilco funcionando y poder ofrecer actividades culturales en línea para la comunidad y público en general. Esto nos ha llevado a un nuevo nivel de actualización y de renovación de objetivos y servicios para hacer llegar la oferta cultural y educativa a las computadoras de un amplio espectro de personas.

Con esta nueva realidad hemos creado materiales de difusión más ágiles y concisos, que ya no sólo son parte de un registro de las actividades, sino que requieren la generación de contenidos que ayuden a informar y promocionar el gran

abanico de actividades digitales que se generan en apoyo a la comunidad.

También, como sección, empezamos a realizar transmisiones digitales en línea, manejo de plataformas de reuniones y la grabación de materiales realizados en éstas, grabación y producción de entrevistas, mesas redondas, grupos de lectura, obras de teatro, transmisiones de sesiones de órganos colegiados, entre muchas otras actividades que nos han permitido ser multifacéticos y llegar a más gente.

Esta evolución nos ha llevado a participar en la creación de proyectos de apoyo a la comunidad como la “Red de Apoyo Universitario” y, recientemente en la creación de la Unidad de Comunicación de la Unidad, donde participamos con la generación de cápsulas informativas, materiales de difusión, clips de apoyo, entre otras actividades, que nos permitirán afianzar la identidad de nuestros (as) universitarios (as) y crear lazos con las comunidades vecinas a la Unidad Xochimilco.

# Salud mental en tiempos del COVID-19

*MD Erick Martínez Rodríguez*

*Estudiante del doctorado Ciencias Biológicas y de la Salud  
División de Ciencias Biológicas y de la Salud*



La pandemia de COVID-19 ha cambiado hábitos, rutinas y estilos de vida, ¿pero estos cambios desarrollarán un nuevo comportamiento social al “normal” después de que acabe el confinamiento?

Durante el tiempo que llevamos de pandemia, diferentes factores han sido estresantes para la población mexicana: desde la escasez de recursos para pruebas, tratamientos, equipo de protección médico, desempleo, inestabilidad económica, confusión, aislamiento emocional e incluso estrés postraumático (trastornos depresivos y ansiedad) de pacientes recuperados por COVID-19, o pérdida de un ser querido. Sin duda, estos y otros factores estresantes contribuyen a la angustia emocional y al riesgo de enfermedad psiquiátrica asociada con COVID-19.

El encierro o confinamiento se ha relacionado con diferentes cuestiones preocupantes para la sociedad: violencia familiar, consumo de alcohol, disminución de actividad física entre otros. En una encuesta realizada por el Instituto Nacional de Psiquiatría se documentó que durante los primeros meses de la pandemia 12 por ciento de la población mexicana aumentó su consumo de alcohol, 39 por ciento disminuyó la ingesta de alcohol, y 48 por ciento permaneció sin cambios.

El Cuestionario de Actividad Física (IPAQ) y la Escala de Salud de Nottingham, para interpretar el comportamiento de los sujetos en términos de actividad física y salud, arrojó los siguientes resultados: 46.35 por ciento realiza actividad física baja; 21.89 por ciento, actividad moderada y 31.76 por ciento demuestra actividad física de alta intensidad.

Por otro lado, se menciona que la frecuencia de la ingesta diaria fue mayor en las mujeres. Durante el cierre de las cerveceras en México, los precios subieron hasta un siete por ciento; el tequila 12 por ciento; el ron y brandy uno por ciento, whisky cinco por ciento. Estos datos numéricos muestran un poco

del comportamiento y los cambios en los hábitos que se han suscitado durante un confinamiento, probablemente debido a la ansiedad y angustia de las personas.

Pero no es la primera vez que se vive algo así, los brotes del 2003 de SARS-COV en Singapur; Ébola, en Sierra Leona en 2014, y en la República Democrática del Congo, en 2018 dieron como resultado altos niveles de ansiedad y secuelas en la salud mental de la sociedad y personal médico, durante y posterior a dichos incidentes clínicos.

Sin embargo, después de cualquier circunstancia o situación clínica, la mayoría de las personas son resistentes a la adversidad experimentada. Incluso algunas personas encuentran nuevas fortalezas. Aunque algunas pueden ser más vulnerables que otras debido a diferentes factores psicosociales, nadie está exento de tener sentimientos de preocupación. Por ejemplo, el personal que labora en un hospital es susceptible de angustia emocional y preocupación, dado su riesgo de exposición al virus, ya sea por el miedo a infectarse, contagiar a sus seres queridos o las horas y jornadas de trabajo.

Actualmente, la psicoeducación y el apoyo psicosocial deben enfocarse en estos grupos más vulnerables. Estudios retrospectivos que evaluaron las secuelas psicológicas de personas en cuarentena y trabajadores de salud revelaron que el estrés, depresión, irritabilidad, insomnio, miedo, confusión, ira, frustración y aburrimiento pueden persistir después de que se levante el confinamiento.

También se ha demostrado que los principales factores estresantes son el tiempo de confinamiento, suministros inadecuados, dificultad para la atención médica, dificultad para conseguir medicamentos y pérdidas económicas. También se puede considerar otro factor: los mensajes contradictorios emitidos por varias dependencias federales.



Debemos entender que en la actualidad la telemedicina juega un papel importante, pues ha habido un incremento en el número de personas que buscan ayuda psicológica. Este apoyo tuvo y tiene una saturación debido al confinamiento domiciliario. Es momento de invertir y robustecer esta área debido a que ha demostrado ser necesaria para los servicios psicosociales y posibles desenlaces futuros.

Además, del estrés emocional asociado a la enfermedad, el confinamiento domiciliario masivo, que se considera actividad nueva para la sociedad, genera preocupación futura de cómo reaccionarán las personas individual y colectivamente una vez que termine el confinamiento. Algunos reportes incluso documentan que el apoyo y seguimiento de salud mental se debe

proporcionar hasta seis meses después del volver a las actividades “normales” con un estado de salud mental vulnerable.

Una vez que termine el confinamiento, el apoyo psicosocial o las técnicas cognitivo-conductuales deben permanecer, pues en una sociedad cambiante los individuos son susceptibles a sufrir ansiedad, depresión, preocupaciones, aumento de sustancias adictivas, ideas suicidas, etcétera, relacionados con adversidades secundarias derivadas del COVID-19.

La futura creciente crisis económica que se espera, y las numerosas incertidumbres que rodean a la pandemia deberían provocar que el gobierno federal genere planes de apoyo para sus ciudadanos, como brindar educación y capacitación sobre temas psicosociales a los líderes del sistema de salud y los profe-

sionales de la salud. Por su parte, las comunidades y grupos de atención en salud deben trabajar en conjunto para identificar y desarrollar protocolos basados en evidencia relacionados con la salud mental, o necesidades de la población, tales como la atención del duelo.

## Referencias

Górnicka M., Drywień M.E., Zielinska M.A., Hamułka J. (3 de agosto de 2020). Dietary and Lifestyle Changes During COVID-19 and the Subsequent Lockdowns among Polish Adults: A Cross-Sectional Online Survey PlifeCOVID-19 Study. *Nutrients*. 12(8):2324. doi: 10.3390/nu12082324. PMID: 32756458; PMCID: PMC7468840.

Medina-Mora M.E., Cordero-Oropeza M., Rafful C., Real T., Villatoro-Velazquez J.A. (Octubre 2020). COVID-19 and alcohol in Mexico: A serious health crisis, strong actions on alcohol in response-Commentary on Stockwell et al, en *Drug Alcohol Rev*. 2021 Jan; 40(1):13-16. doi: 10.1111/dar.13177. Epub 7. PMID: 33029833; PMCID: PMC7675505.

Pfefferbaum B., North C.S. (Agosto 2020). Mental Health and the COVID-19. *Pandemic*. *N Engl J Med*. 6;383(6):510-512. doi: 10.1056/NEJMp2008017. Epub 2020 Apr 13. PMID: 32283003.

Rico-Gallegos G., Vargas Esparza G. (et al.). (5 de diciembre de 2020). Hábitos de actividad física y estado de salud física durante la pandemia por COVID-19. 41(42)2020. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/345346588\\_Habitos\\_de\\_actividad\\_fisica\\_y\\_estado\\_de\\_salud\\_durante\\_la\\_pandemia\\_por\\_COVID-19](https://www.researchgate.net/publication/345346588_Habitos_de_actividad_fisica_y_estado_de_salud_durante_la_pandemia_por_COVID-19).

Sanchez T., Peña E., Ng B. (28 de septiembre de 2020). Mental health in the age of COVID-19, a Mexican experience, en *Indian J Psychiatry*. 2020 Sep; 62(Suppl 3):S377-S379. doi: 10.4103/psychiatry.IndianJPsychiatry\_104\_8\_20. Epub. PMID: 33227074; PMCID: PMC7659793.

Torales J., O'Higgins M., Castaldelli-Maia J.M., Ventriglio A. (31 de marzo de 2020). The outbreak of COVID-19 coronavirus and its impact on global mental health. *Int J Soc Psychiatry*. 2020 Jun;66(4):317-320. doi: 10.1177/0020764020915212. Epub. PMID: 32233719.



# Festival Cultural de Primavera

## Casa Abierta a la Vida

Universidad floreciente

5 al 9 de  
abril

#UniversidadFloreciente  
#CasaAbiertaalaVida



UAM Xochimilco  
UAMCEUX

#CEUXcontigoencasa

#PrimaveraenUAMX

#Juntosenladistancia



UAMCEUX



UAMCEUX



UAMCEUX



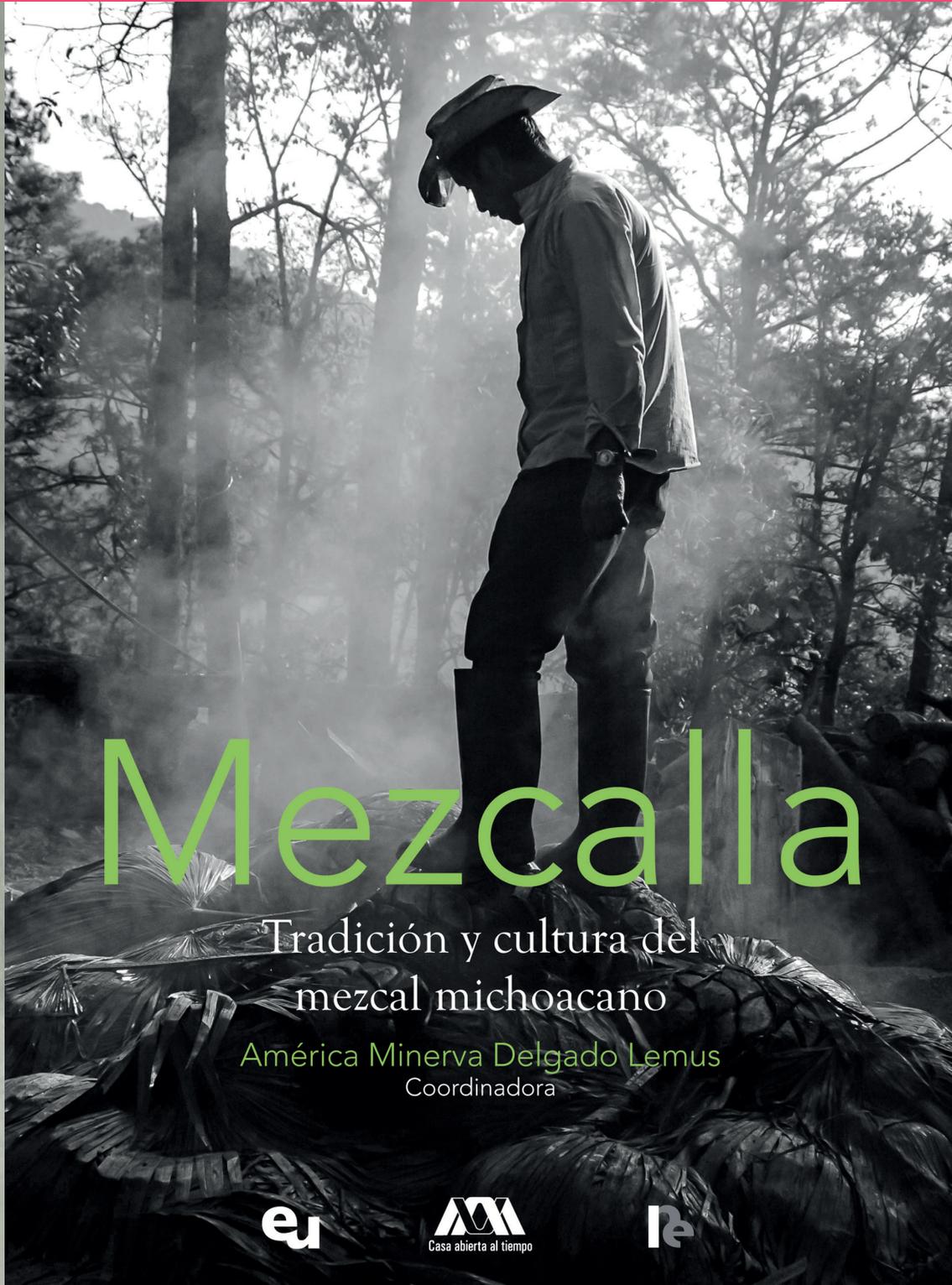


UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
METROPOLITANA  
Unidad Xochimilco

# cauce

eu Coordinación de  
Extensión Universitaria

BOLETÍN INFORMATIVO | MARZO-ABRIL 2021 | Año 18 | Número ESPECIAL | XVII ANIVERSARIO



## Mezcalla

Tradición y cultura del  
mezcal michoacano

América Minerva Delgado Lemus  
Coordinadora



Comunicación universitaria: reto UAMX 2021