

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

Memoria de Experiencia Profesional
en el Programa Universitario de Bioética
de la Universidad Nacional Autónoma de México

MEMORIA DE EXPERIENCIA PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA:

DAVID CIFUENTES GARCÍA

DIRECTOR

MARIO VIVEROS BARRAGÁN

Ciudad de México, 4 de marzo de 2024

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS ©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

ÍNDICE

1.- Introducción	003
2.- Contexto de la experiencia profesional	005
3.- Capítulo 1 (Contexto histórico)	016
3.1.- Historia de la UNAM	016
3.2.- Historia de los Programas Universitarios de la UNAM	019
3.3.- Valores que representan al PUB	025
3.3.1.- Organigrama del PUB	028
3.4.- Mi Papel en el área de difusión y divulgación del Programa Universitario de Bioética	029
4.- Capítulo 2 (Descripción de la experiencia profesional)	033
4.1.- Facebook	033
4.1.2.- Interacción efectiva	046
4.2.- X	047
4.3.- Instagram	058
4.4.- YouTube	064
4.5.- TikTok	070
4.5.1.- Impacto cultural y social	073
5.- Capítulo 3 (Desarrollo de la experiencia profesional)	076
5.1.- Aportes personales e institucionales	077
5.2.- Estrategias de difusión y divulgación implementadas	079
5.3.- Gestión de redes sociales	082
5.4.- Producción de fotografía y video	083
5.5.- Participación en transmisiones en vivo	088
5.6.- Campañas en redes sociales, productos derivados y publicidad	091
5.7.- Desarrollo de contenido y ejemplos de campañas	093
6.- Conclusiones	103
7.- Bibliografía	107
8.- Anexos	114

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a mi hermano Edgar García Cabrera que ha estado conmigo en todo momento y es la otra mitad de mi corazón, a mi madre Olvido Cabrera por darme la vida y a mi pareja Paola Rodríguez que ha sido mi fortaleza para jamás rendirme y continuar en este proceso llamado vida.

A mi director Mario Viveros Barragán y a mis lectores, Benito López y Martín Hernández que me han apoyado tanto.

Finalmente quiero agradecer a mi amada UACM por hacer de mí un profesionalista íntegro y con valores, pero sobre todo por hacerme reflexionar que,
“Nada humano me es ajeno”.

Introducción

La comunicación juega un papel muy importante en el ámbito de la difusión, y para el caso específico de mi aprendizaje en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) el término comunicación se desarrolla como un proceso esencial para la construcción y transmisión de significados en una sociedad.

Este proceso es capaz de involucrar la interacción entre sujetos y grupos que, a través de diversos códigos y canales, intercambian información, conocimiento, emociones y diversas perspectivas. La comunicación, es un fenómeno que va más allá de la transmisión y recepción de mensajes, ya que se enmarca en un contexto histórico, político, cultural y social que moldea y da sentido a las interacciones humanas.

El propósito de esta Memoria de Experiencia Profesional es realizar un análisis reflexivo y crítico de mi trayectoria laboral en el Programa Universitario de Bioética, evidenciando la aplicación de los conocimientos adquiridos durante mi formación académica. A través de este informe, buscaré mostrar cómo los fundamentos teóricos y metodológicos de la Licenciatura en Comunicación y Cultura (UACM, 2023) se han reflejado en mi desempeño profesional en el ámbito de la bioética.

Como egresado de la carrera de Comunicación y Cultura de la UACM y a través del análisis crítico que he desarrollado en estos años de experiencia también y la reflexión profunda sobre los procesos comunicativos, considero que la comunicación no solo se limita al uso del lenguaje verbal, sino que también abarca gestos, símbolos, imágenes y otros modos de expresión, reconociendo la diversidad de formas en que las personas se relacionan y comparten significados en un mundo

de muchos contrastes y perspectivas distintas. En ese sentido, la comunicación nos brinda una amplia comprensión y conexión entre individuos y grupos. En el ámbito de la bioética, una disciplina que aborda los dilemas éticos surgidos de los avances científicos y tecnológicos en el campo de la salud, la comunicación adquiere una relevancia aún mucho mayor. Es a través de ella que se promueve el debate informado, se sensibiliza a la sociedad y se fomenta la participación ciudadana en decisiones que impactan la vida y la dignidad humana. Como empleado he tenido la oportunidad de aplicar mis conocimientos y habilidades en el Programa Universitario de Bioética (UACM, 2023) de la UNAM durante los últimos cuatro años.

En este periodo, he trabajado en el área de difusión y divulgación, desempeñando un papel activo en la promoción y difusión de los principios éticos y en la generación de espacios de reflexión sobre las implicaciones bioéticas en nuestra sociedad.

En esta época, donde la información fluye rápidamente con las redes sociales y las plataformas digitales, la difusión y divulgación de los principios éticos y las

implicaciones bioéticas son una necesidad que asumir como generadores de contenido y usuarios. En ese sentido, mi labor en el área de difusión y divulgación en el Programa Universitario de Bioética de la UNAM ha tenido mayor relevancia al desempeñar un papel activo en la promoción de los principios éticos y en la creación de espacios digitales de reflexión a través de las redes sociales. Mediante estas, se abre una ventana de oportunidades infinitas para alcanzar nuevas audiencias mucho más amplias y diversas. En este informe, expongo la dinámica de mi labor en el ámbito de la difusión en redes sociales, su impacto en la comunidad, así como el fomento de la comunicación mediante contenidos digitales.

Contexto de la experiencia profesional

La difusión en redes sociales ofrece un panorama basto para la comunicación y el intercambio de ideas, ya que la interacción con nuestras comunidades crea una oportunidad única para influir en su percepción y fomentar la comprensión de cuestiones bioéticas. La viralización de contenido ético es una de nuestras metas ya que esto puede desencadenar conversaciones que antes estaban limitadas a círculos académicos, permitiendo que una audiencia nueva y mayor informada participe en el análisis y la discusión de dilemas bioéticos.

Las redes sociales me han permitido la difusión de información, pero también la creación de espacios de reflexión en donde nuestra comunidad mediante encuestas, preguntas y debates en línea, comparten sus pensamientos e ideas con la demás comunidad, abriendo el debate ético y bioético desde múltiples disciplinas y perspectivas, esto hace que se nutra la conversación y por ende fomenta una comprensión más profunda y diversa de las cuestiones éticas y promueve la tolerancia a distintos puntos de vista.

Mi labor como *Community Manager* y encargado del área de comunicación en el programa Universitario de Bioética de la UNAM se ha moldeado por los sólidos fundamentos teóricos y metodológicos.

Los conceptos clave, las perspectivas multidisciplinarias y el aprendizaje que me ha dejado la carrera y que adquirí durante mis estudios han resultado muy importantes en mi papel como difusor de información en las redes sociales y las plataformas digitales.

Mi formación en Comunicación y Cultura me ha dado la capacidad de analizar, entender y reflexionar a profundidad las complejidades de los temas que comparto diariamente en el ecosistema digital. Además, me brindaron la capacidad de poder traducir estos conceptos en un lenguaje accesible y atractivo para el público en general. La habilidad para sintetizar información compleja y presentarla de manera clara y persuasiva se ha convertido en la piedra angular de mi trabajo en las redes sociales.

La UACM también me proporcionó una comprensión integral, clara y concisa de las dinámicas de las redes sociales y la comunicación digital. He aprendido a sacarle el mayor provecho a las plataformas digitales, y con este he tenido la fortuna de llegar a audiencias nuevas y diversas, así como de adaptar diferentes tipos de mensajes según el contexto y el formato.

Mi formación durante la licenciatura se centró en un sólido conjunto de teorías de la comunicación y la cultura, entre las cuales puedo destacar la “Teoría de la Agenda-Setting” (Salina & Zúñiga, 2022), con autores como: Maxwell McCombs, Lippmann, Bernard Cohen, David Weaver, Donald Shaw y Gladis Lang entre otros), a través de esta teoría, comprendí cómo los medios de comunicación pueden influir en la sociedad, y así es como sucede hoy en día con las redes sociales. Al seleccionar temas relevantes y cruciales, puedo utilizar mis habilidades como Community Manager para crear contenido y destacarlo en la agenda pública virtual. Este enfoque estratégico no solo me ha permitido atraer la atención hacia cuestiones éticas fundamentales, sino que también me ha ayudado a fomentar una discusión y una reflexión interdisciplinaria entre toda nuestra comunidad en línea.

Otra teoría que me ha ayudado a desarrollar mis conocimientos es la teoría de los principios semióticos o la "semiótica" (Tesche, 2023) que es el estudio de los signos y los procesos de significación. La semiótica es una disciplina que aborda cómo se construyen y transmiten significados a través de signos, que pueden ser palabras, imágenes, gestos, etc. Se utiliza principalmente para examinar y comprender los significados presentes en textos, imágenes o cualquier otro tipo de mensaje.

Sus principales autores fueron, Humberto Eco, Roland Barthes Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce entre otros.

La aplicación de principios semióticos y de análisis de contenido, en mi formación en la UACM, me ha ayudado a aplicar mi enfoque al análisis de contenido, lo que me permite comprender cómo los elementos visuales y textuales en mis publicaciones en redes sociales influyen en la interpretación del público. "Al examinar la relación entre los símbolos utilizados y los significados asociados, puedo crear contenido más efectivo y persuasivo en la divulgación de contenido" (Crandi, 2023)

La teoría del encuadre, también conocida como *framing* (Cabalin, 2023) aborda la presentación de la información y cómo esta presentación puede impactar en la percepción de las personas sobre un tema específico. En otras palabras, la manera en que se "enmarca" un problema o situación puede influir en la interpretación que la audiencia tenga de esa información. Algunos pensadores fundamentales en el estudio del encuadre son Erving Goffman, quien introdujo la idea de "marco" en la sociología, y Robert Entman, cuya labor se enfoca en la forma en que los medios de comunicación dan forma a la percepción de los eventos. Goffman explora la

dinámica de la interacción social y la representación simbólica, mientras que Entman se concentra en el papel de los medios en la construcción de la realidad. Es relevante notar que la teoría del encuadre ha sido objeto de desarrollo y expansión por parte de diversos académicos a lo largo del tiempo.

En el ámbito de las plataformas digitales, el encuadre juega un papel crucial debido a la capacidad que tienen estas plataformas para moldear la narrativa pública y la opinión. Aquí se destacan algunos aspectos fundamentales sobre la aplicación de la teoría del encuadre en entornos virtuales:

Al explorar en detalle el concepto de *framing* (Cabalin, 2023) o enmarcado de mensajes, aprendí que la forma en que presentamos un tema puede influir en la percepción pública y las opiniones al respecto. Este conocimiento ha sido de gran ayuda en mi trabajo actual, ya que utilizando estrategias de enmarcado adecuadas, puedo presentar cuestiones bioéticas desde diversas perspectivas, lo que fomenta un diálogo enriquecedor y equilibrado entre la audiencia en línea. Ya sea presentando dilemas éticos desde una perspectiva médica, legal o social, puedo asegurarme de que la audiencia tenga una comprensión completa de los temas abordados.

Además, la aplicación de la “Teoría de la Agenda-Setting” (Jiménez, 2023) fundamentada en la idea de que los medios de comunicación influyen en la percepción pública al destacar ciertos temas y mantenerlos o disolverlos, se presenta como una herramienta valiosa para mí como *Community Manager*.

En mi labor profesional me ha permitido ejercer influencia sobre la conversación en línea y guiar la atención hacia cuestiones éticas relevantes. Al resaltar temas bioéticos importantes que merecen mayor consideración, puedo dirigir la agenda pública virtual y generar una mayor conciencia en la audiencia. La Teoría de la Agenda-Setting no solo me brinda una base sólida para mi trabajo como *Community Manager*, sino que también demuestra cómo los conocimientos teóricos pueden tener aplicaciones concretas y valiosas en el mundo digital y social en el que vivimos.

En este documento, se abordarán los contextos en los que he desarrollado mi experiencia de trabajo, describiendo y documentando el carácter, funciones y filosofía de la institución en la que he colaborado. Además, se sistematizarán las actividades realizadas, destacando los ámbitos, como en los que he adquirido y desarrollado habilidades y conocimientos propios del perfil de egreso de la Licenciatura en Comunicación y Cultura como lo es la Comunicación Estratégica.

A través de mi experiencia he aprendido a identificar públicos objetivos, comprender sus necesidades y preferencias, y adaptar mi mensaje de manera efectiva para lograr un impacto significativo. Este conocimiento se traduce directamente en mi rol actual, donde debo crear contenido que sea relevante y accesible para diferentes segmentos de la comunidad universitaria interesada en la bioética. La habilidad de diseñar estrategias de comunicación específicas y específicas me ha permitido difundir y proyectar información vital de manera clara y atractiva, generando una conexión genuina con nuestra comunidad en línea.

Otro ámbito fundamental es el de la Producción de Contenido Multimedia. El desarrollo y la rápida transformación del contenido digital me ha hecho aprender a utilizar diversas herramientas para crear contenido visual y escrito que capte la atención y transmita mensajes con eficacia.

Esta destreza se refleja en mi labor diaria, donde debo realizar y desarrollar publicaciones que aborden temas complejos mediante, video, imagen, publicaciones escritas y demás contenido.

La Investigación y Análisis son ámbitos que también han sido fundamentales en mi desarrollo. Durante mi formación he aprendido a investigar a fondo diversos temas, analizar tendencias y comprender cómo se relacionan con la sociedad y la cultura. En el caso específico de mi labor en el Programa Universitario de Bioética, me ha permitido estar al tanto de los últimos avances en bioética y adaptar nuestra estrategia de contenido en consecuencia. La habilidad de discernir qué información es relevante y oportuna para nuestra audiencia garantiza que nuestras publicaciones sean informativas, relevantes y pertinentes.

El ámbito de la Gestión de Comunidades es la esencia misma de mi rol actual. Durante mis estudios, he explorado teorías y conceptos que me han ayudado a comprender cómo se forman y mantienen las comunidades en línea. Esta comprensión se materializa en mi trabajo diario, donde interactúo con estudiantes, profesores y público en general, fomentando la participación y construyendo una comunidad en línea en torno a la bioética. La gestión efectiva implica no solo publicar contenido, sino también escuchar a la audiencia, responder preguntas y promover discusiones significativas.

A lo largo de este informe, se realizará una descripción y un análisis de mi experiencia profesional, donde se identificarán los aportes específicos que he realizado, los desafíos enfrentados y las soluciones o recursos implementados para abordarlos. Además, se reflexionará sobre los productos derivados de mi labor, los cuáles adjuntaré más adelante en un anexo para observar la forma en la que mi formación universitaria como estudiante de la carrera de Comunicación y Cultura en la UACM ha incidido en mi labor dentro del Programa Universitario de bioética de la UNAM.

Esta Memoria de Experiencia Profesional recopilará también las conclusiones más relevantes, enfatizando el papel que ha desempeñado mi experiencia laboral en mi formación profesional en los distintos ejes formativos de la Licenciatura en Comunicación y Cultura. A través de una revisión bibliográfica sobre los temas relacionados con la experiencia profesional, se respaldarán los análisis realizados y se enriquecerá la reflexión teórico-metodológica de las actividades desarrolladas.

A través de la difusión y divulgación de la bioética, he tenido la oportunidad de contribuir al fomento de la conciencia ética en la sociedad, promoviendo la reflexión crítica sobre temas relevantes en el ámbito de la salud y la investigación científica.

A través de la estructura planteada en esta Memoria de Experiencia Profesional, se abordarán de manera detallada los diferentes aspectos relevantes de mi trabajo, desde el contexto en el que se ha desarrollado, pasando por la descripción de las experiencias profesionales, el análisis crítico de las mismas, hasta llegar a las conclusiones que resalten los aprendizajes y aportes de mi experiencia laboral en el Programa Universitario de Bioética.

En el primer apartado de esta Memoria de Experiencia Profesional, se describirá el contexto en el que se ha desarrollado mi experiencia de trabajo. Se abordará en detalle el Programa Universitario de Bioética de la UNAM, destacando su misión, objetivos y enfoque en la promoción de la ética en el ámbito de la salud.

Además, se enfatizará mi papel específico dentro del Programa, detallando las responsabilidades y actividades desempeñadas en el área de difusión y divulgación. A continuación, en el segundo apartado, se realizará una descripción exhaustiva de las experiencias profesionales adquiridas durante estos cuatro años de trabajo, las distintas áreas en las que he aplicado mis conocimientos y habilidades en comunicación y cultura, demostrando cómo estas se vinculan directamente con las actividades propias de la difusión y divulgación, así como mi contribución a la gestión de eventos, la producción de materiales audiovisuales, la generación de contenido en medios digitales y la colaboración con distintos actores involucrados en la promoción de la bioética.

En el tercer apartado, se llevará a cabo un análisis crítico de mi experiencia profesional. Se reflexionará sobre los desafíos y dificultades encontrados durante mi desempeño laboral, así como las soluciones y recursos implementados para superarlos. Se destacarán los aportes específicos realizados, tanto a nivel personal como institucional, en la promoción de la bioética y la sensibilización de la sociedad respecto a los temas éticos en el campo de la salud. Además, se analizarán los productos derivados de mi labor, tales como materiales audiovisuales, parrilla de contenidos, pautas y campañas publicitarias.

Con la llegada de la pandemia por COVID-19 se redefinió toda la estrategia de comunicación, difusión y divulgación en redes sociales, la forma en que enfrentamos esta situación dentro del Programa y dentro del mundo de las redes sociales, fue sin duda un reto que nos puso a todos en una posición inusual para enfrentar este desafío, en mi caso desde la óptica de la comunicación digital.

En los primeros meses de la pandemia, mi enfoque carecía de la madurez profesional que se requería para afrontar una situación tan crítica. La incertidumbre por la cual atravesamos nos trastocó, pero a pesar de ello, la responsabilidad de mantener las redes sociales activas y sobre todo mantener a nuestra comunidad informada cayó sobre mis hombros, lo que me llevó a dar pasos acelerados hacia la adaptación digital.

A medida que me ajustaba a esta situación, comencé a observar el campo digital, y lo que comenzaron a hacer otras instancias universitarias, pude ver oportunidades para generar un impacto positivo en la estrategia de redes sociales a nuestra audiencia. Uno de los logros más significativos que ocurrió mientras la pandemia se desarrollaba fue la implementación de transmisiones en vivo en Facebook las cuáles comenzaron poco a poco a tener mucha interacción. Realicé publicaciones que compartían historias conmovedoras de solidaridad, de fuerza y superación las cuáles generaron un alto grado de interacción y se movieron rápidamente en el ecosistema digital.

Nuevas tendencias digitales emergieron a raíz de la pandemia, una de ellas fue sin duda los videos cortos que tuvieron y hasta la fecha tienen gran impacto, el boom de una nueva red social o hasta ahora está cambiando la forma de hacer contenido, denominada TikTok. Tuvimos que sumarnos a estas nuevas tendencias y esto nos

permitió no solo incrementar nuestra visibilidad en las plataformas, sino que también nos permitió mantener una presencia constante en nuestra comunidad digital.

A pesar de estos éxitos, no todo transcurrió sin complicaciones. En ocasiones, la inmediatez debido a los tiempos escasos de planeación resultó en contenido que no tuvo la misma interacción que otro, lo que nos llevó a reformular y volver a trabajar en nuevos productos y contenidos.

Con el paso de los meses, me di cuenta de que la pandemia no era algo que iba a pasar rápidamente, así que comencé a trabajar en un proyecto más enfocado al futuro, que con el paso del tiempo se convirtió en una nueva normalidad.

Modificar nuestra estrategia de contenidos fue un gran reto para el Programa y tuvimos que adaptarnos todo de manera remota, y comenzamos a hacer contenido específico, como el cuidado de la salud mental, y actualizaciones sobre cómo la adaptarse a la nueva normalidad, así logramos mantenernos relevantes para nuestra audiencia en redes sociales. Esta adaptación de la estrategia de contenidos tuvo un impacto positivo en nuestra audiencia. El contenido que abordaba los desafíos de la nueva normalidad conectó con los seguidores, brindando información valiosa y relevante. Las publicaciones sobre salud mental, bienestar emocional y actividades en el hogar generaron interacciones significativas, demostrando que estábamos tratando temas que genuinamente resonaban en nuestra comunidad.

Enfrentar la pandemia siendo el encargado de las redes sociales del Programa Universitario de Bioética fue un recorrido que me dejó un gran aprendizaje y conseguí adaptarme y contribuir significativamente. Reconocer tanto los logros como los desafíos me permitió crecer en mi función y perfeccionar mi enfoque con el tiempo.

La cuarta sección estará dedicada a las conclusiones, donde se recogerán los principales aprendizajes y aportes de mi experiencia laboral en el Programa Universitario de Bioética. Se enfatizará el papel que ha desempeñado esta experiencia en mi formación profesional, resaltando cómo los distintos ejes formativos de la Licenciatura en Comunicación y Cultura han sido aplicados en mi trabajo diario. Asimismo, se destacará la importancia de la comunicación en la promoción de la bioética y la necesidad de continuar fomentando espacios de reflexión y diálogo en esta área.

Además, se adjuntarán los anexos correspondientes, que incluirán los documentos o productos generados durante mi experiencia profesional, tales como reportajes, artículos periodísticos, fotografías, programas de radio o televisión, entre otros, que respaldarán las actividades realizadas y aportarán evidencia de mi desempeño en el campo de la comunicación y la cultura.

Finalmente, esta Memoria de Experiencia Profesional busca analizar y reflexionar sobre mi trayectoria laboral de los últimos cuatro años en el Programa Universitario de Bioética de la UNAM. A través de este documento, se mostrará cómo he aplicado los conocimientos y habilidades adquiridos en la Licenciatura en Comunicación y Cultura en el ámbito de la difusión y divulgación de la bioética. Se describirá el contexto en el que se ha desarrollado mi experiencia, se detallarán las actividades desempeñadas y se analizarán los aportes y desafíos enfrentados durante este periodo.

Capítulo 1

Contexto histórico

El licenciado en Comunicación y Cultura es el profesional de la comunicación con una orientación cultural, el cual debe tener un alto nivel académico, por tal motivo es capaz de diseñar, investigar y realizar cualquier proyecto de comunicación en cualquier ámbito, pero en especial en el cultural. (UACM, 2023)

Es un profesionista crítico, con vocación y orientación humanística, que se preocupa por la realidad que lo acompaña, capaz de realizar labores y entender problemáticas para darles una solución, capaz de interpretar e intervenir en fenómenos de comunicación y cultura (culturas populares, imaginarios urbanos, identidades colectivas y de impacto cultural).

Con una perspectiva crítica (a partir de una formación en las teorías críticas y en los estudios culturales y poscoloniales), científica (conocimiento del método científico y su aplicación a las ciencias sociales) y humanista (valores propios del humanismo). Capaz de comprender y manejar los signos, códigos, herramientas y lenguajes de los distintos medios de difusión. (UACM, 2023)

Historia de la UNAM

La Universidad Nacional Autónoma de México (Marsiske, 2023) fue fundada el 21 de septiembre de 1551 con el nombre de la Real y Pontificia Universidad de México. Es una de las universidades más grandes e importante de México e Iberoamérica. (UNAM , 2023)

Uno de los propósitos más importantes y relevantes es estar al servicio del país y de la humanidad, además de formar profesionistas con valores y útiles para la sociedad, capaces de organizar y realizar investigaciones en cada ámbito de su vida profesional, principalmente acerca de las condiciones y problemas que presenta la sociedad mexicana.

La Universidad Nacional Autónoma de México tiene una gran historia, llena de cambios también, el 22 de septiembre de 1910, en el marco de los festejos del Centenario de la Independencia de México, se inauguró con el nombre de; “Universidad Nacional”, en una ceremonia presidida por el entonces presidente Porfirio Díaz, y donde el discurso de apertura lo hizo Justo Sierra en ese momento, ministro de Instrucción Pública de México.

Nombrada inicialmente como la “Universidad Nacional de México, tuvo un cambio de nombre en 1929, y comenzó a llamarse Universidad Nacional Autónoma de México. (UNAM , 2023)

El decreto de su creación se emite el 26 de mayo de 1910 y se funda con solo seis escuelas nacionales: la de Preparatoria, la de Medicina, de Ingenieros, de Jurisprudencia, de Altos Estudios y finalmente la de Bellas Artes. Pero la Universidad Nacional Autónoma de México no sólo destaca por su liderazgo en el tema educativo, sino también en el cultural.

Actualmente, la Universidad Nacional Autónoma de México (CONAMAT, 2023) se extiende a lo largo y ancho de las 32 entidades federativas de nuestro país México, y más allá de sus fronteras, estableciendo su presencia en diferentes ciudades al

rededor del mundo, como Estados Unidos, España, China, Canadá, Costa Rica y Francia, solo por mencionar algunas. Esta red de alcance global es un testimonio fiel de su trabajo arduo día a día y su papel como una institución líder en educación superior e investigación en el mundo. “En su sede principal en la Ciudad de México, la UNAM cuenta con 6 campus que albergan una diversidad de facultades, institutos, y programas. Además, de 17 escuelas que abarcan una amplia gama de campos de estudio, contribuyendo a la riqueza intelectual y al crecimiento educativo en la capital del país” (Estadística UNAM, 2023).

El compromiso de la máxima casa de estudios de México con la educación y la investigación se refleja no solo en su alumnado, sino también en sus investigadores y científicos. Los campos de estudio que abarca son muy amplios, como la ciencia, las humanidades, las artes, la tecnología y mucho más. Esta diversidad académica con la que cuenta la UNAM no solo enriquece la vida universitaria, sino que también contribuye al avance del conocimiento y al desarrollo de soluciones a los desafíos globales.

“Su infraestructura construida es de dos millones 813 mil 399 metros cuadrados y cuenta con dos mil 166 edificios, cuatro mil 526 aulas, tres mil 960 cubículos, así como con un acervo de más de un millón 547 mil 930 títulos” (Estadística UNAM, 2023)

“La Universidad Nacional Autónoma de México es una corporación pública, organismo descentralizado del Estado, dotada de plena capacidad jurídica y que tiene por fines impartir educación superior para formar profesionistas, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad; organizar y

realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones y problemas nacionales, y extender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura” (Diputados, 2023).

En 1950 comenzó la construcción de Ciudad Universitaria, y para 1954 las actividades escolares, a partir de ahí la UNAM se ha desarrollado y no ha dejado de crecer. Actualmente la máxima casa de estudios alberga centenares de edificios y recintos de educación, laboratorios, centros de investigación, programas universitarios, servicios médicos e instalaciones deportivas donde destacan el estadio de Ciudad Universitaria sede de los Juegos Olímpicos de 1968 y del mundial de México 1986.

Historia de los Programas Universitarios de la UNAM

Según el portal del Programa Universitario de Bioética, “Los Programas Universitarios fueron creados durante la rectoría del Dr. Octavio Rivero Serrano, con la finalidad de conectar horizontalmente diversos esfuerzos sobre un tema que se trabaja en distintas áreas de la Universidad. En ese sentido los programas universitarios reúnen a diversos especialistas de todas las facultades, centros e institutos para lograr un enfoque holístico sobre su objeto de estudio. Por ello, los programas cuentan con un personal limitado, pero conjuntan a una vasta cantidad de académicos de la UNAM para analizar problemas desde las más diversas especialidades que existen en nuestra universidad” (UNAM B. , 2023).

Entre enero de 1981 y enero de 1985 la rectoría fue ocupada por el Dr. Octavio Rivero Serrano, que hasta ese momento fungía como director de la Facultad de Medicina de la UNAM.

“El Dr. Rivero propuso y estableció una novedad en términos de organización y educación superior, los llamados programas universitarios” (Marsiske, 2023) que fueron un parteaguas en la educación en las universidades. Fueron creados primero el Programa Universitario Justo Sierra, el cual estaba dedicado a las ciencias sociales, el Programa Universitario de Energía, que retomaba temas de energía como su nombre lo menciona, el Programa Universitario de Computo, para cuestiones de ingenierías en sistemas, el Programa Universitario de Investigación Clínica, basado en temas de medicina, y finalmente el Programa Universitario de Alimentos.

La creación y desarrollo de estos Programas mantenía un espíritu innovador que buscaba un mejor futuro para la Universidad, para este caso se pensaba el desarrollo de los programas desde una perspectiva interdisciplinaria, articulando esfuerzos desde la docencia, hasta la investigación.

En dichos programas se buscaba, además, generar un ambiente propicio para vincular la UNAM con entidades y actores del sector político, así como de los ámbitos productivo y social.

En ese sentido y bajo las reglas y lineamientos propios de la universidad “el 8 de enero de 2009, se expidió el Acuerdo por el que se establece el Programa denominado Seminario de Investigación de Ética y Bioética de la UNAM, con el

objeto de promover los estudios interdisciplinarios y la colaboración entre especialistas de las disciplinas académicas que aborden temas atinentes a la materia; impulsar la investigación, la difusión sobre los diversos temas vinculados con la ética filosófica y de los principales problemas nacionales y globales de la bioética, particularmente en Hispanoamérica, así como presentar y discutir dentro y fuera de la comunidad universitaria el contenido y resultados de sus actividades” (General, 2021).

Pero para el 13 de septiembre de 2012 por acuerdo y disposiciones del rector, José Narro Robles pasa de ser “Seminario de Investigación de Ética y Bioética de la UNAM” a llamarse “Programa Universitario de Bioética” (PUB), el cuál queda adscrito a la Coordinación de Humanidades¹.

El Programa Universitario de Bioética según la Oficina de Abogacía General de la UNAM "tiene como objetivo general desarrollar y promover investigaciones interdisciplinarias y actividades de docencia y difusión para generar un diálogo y debate social, científico y filosóficamente riguroso, laico, plural y ampliamente argumentado sobre problemas contemporáneos de bioética, busca además generar una cultura responsable que promueva el respeto a los derechos humanos, a la diversidad cultural, al medio ambiente y a las especies con quienes compartimos el planeta” (General, 2021).

¹ Tomado de: <https://www.humanidades.unam.mx>

El Programa Universitario de Bioética tiene entre sus líneas de trabajo y académicas, tratar temas como, la bioética, la ecoética, la zooética, la neuroética, la política, la ética de la investigación y del desarrollo biotecnológico.

“Los investigadores y docentes que se reúnen para llevar a cabo actividades con el apoyo de este programa proceden de diferentes entidades de la UNAM y de instituciones nacionales y extranjeras, y son expertos en sus diversos campos del conocimiento. Con ellos podemos garantizar el nivel de excelencia que se espera de la UNAM, la universidad de la Nación” (Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, 2023).

¿Qué es la Bioética?

La bioética según grandes pensadores como Beauchamp y Childress, Van Rensselaer Potter, y Albert Jonse (Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, 2023) establecen los fundamentos de la bioética como un ámbito multidisciplinario vital en la toma de decisiones éticas en salud (Aparisi, 2023).

Desde la perspectiva de la bioética, “los autores Beauchamp y Childress, postulan cuatro principios éticos esenciales: autonomía, beneficencia, no maleficencia y justicia” (Aparisi, 2023). Para un egresado de comunicación de la UACM como yo, la autonomía consiste y se destaca por la importancia de ofrecer información clara y comprensible, preparando a las personas para decisiones responsables sobre su salud. “La beneficencia y no maleficencia se refieren a la responsabilidad comunicativa de brindar información equilibrada sobre opciones médicas. La

justicia, desde la comunicación, conlleva abordar desigualdades en el acceso a la información y salud” (Aparisi, 2023).

La perspectiva holística de Potter amplía la bioética hacia lo ecológico y social (Flores, 2023) El estudiante de comunicación puede ser un puente interdisciplinario, abordando temas de justicia social y medio ambiente. La visión de Jonsen resalta el poder narrativo en la bioética (Cassinelli, 2010) instando al estudiante a presentar casos éticos con sensibilidad cultural y emocional. “La ética en la comunicación digital surge como un reto, demandando privacidad en datos médicos y responsabilidad en la difusión de información” (Aparisi, 2023).

La relación bioética-comunicación se torna vital para los estudiantes de la UACM. Al comprender principios éticos, emplear enfoques interdisciplinarios y narrativas éticas, se pueden fomentar decisiones informadas, justicia y reflexión ética en la sociedad, guiando hacia una comunidad informada y con sus propios criterios.

La Dra. Paulina Rivero Weber en su libro “Introducción a la bioética” menciona que la bioética surge de la filosofía, la palabra bioética se conforma por el vocablo bíos y ethos, para referirse al saber ético sobre las relaciones del ser humano con el resto de la vida en su conjunto. “No se trata pues del mero estudio de la vida, labor propia de la biología y otras ciencias, sino de la aplicación de la ética al estudio de la vida y a los problemas que ésta presenta en su conjunto en todo el planeta” (Weber, 2021).

Los beneficios de la bioética al mundo son indudables, ha generado altas expectativas para un futuro con una mejor calidad de vida para los seres que

habitamos el planeta. Pero, por otro lado, ha dejado ver el daño que hemos estado causando, como nuestro trato hacia los animales, la mayor parte de las veces es completamente abusivo e injusto; la contaminación que hemos hecho por nuestro constante abuso en productos de origen fósil, esto ha generado el fenómeno que todos conocemos como “cambio climático”. Todos esos efectos nocivos de una ciencia empleada sin una guía ética no son ya algo que se espera en un futuro: el nivel del mar de hecho ya ha aumentado de manera abismal ya algunas Islas han comenzado a desaparecer: con ellas, se ha perdido fauna y flora, y muchas vidas humanas se han trastocado al tener que ser reubicadas.

Como saber interdisciplinario, “la bioética tiene como objetivo detectar y analizar los problemas por los que atraviesa la humanidad y el mundo, para proponer soluciones” (José Antonio Morales González, 2011).

Actualmente, con base en la aplicación de los principios éticos, nuestro país debe mejorar e impulsar sus sistemas nacionales de salud y de investigación biomédica y biotecnológica. Y debe ante todo consolidar un modelo de desarrollo sostenible y justo que preserve el medio ambiente y la biodiversidad.

El Programa Universitario de Bioética es relativamente joven tiene aproximadamente 12 años, pero a pesar de esto tiene mucha historia, y se remonta al año 1998 cuando la Dra. Juliana González Valenzuela fundó el Seminario de Investigaciones Éticas que después de algunos años se convirtió en el Seminario de Ética y Bioética (UNAM T. , 2023).

Luego de algunos ajustes y después de algunos cambios de rector, en 2009 el entonces rector Dr. José Narro Robles lo institucionalizó con el nombre de Seminario de Investigación de Ética y Bioética (SIETyB) de la UNAM.

Finalmente, el 13 de septiembre de 2012 por decreto se creó, el Programa Universitario de Bioética (PUB), adscrito a la Coordinación de Humanidades.

Este se inscribió en el Plan de Desarrollo de la Rectoría 2011-2015 como parte de las acciones de reorganización y reforzamiento de áreas de innovación en la docencia, la investigación y la difusión de la cultura (General, 2021).

Valores que representan al Programa Universitario de Bioética

El Programa Universitario de bioética se rige mediante valores que lo caracterizan y lo han llevado a destacar en el ámbito educativo dentro de la UNAM. Los valores que sostienen y guían una entidad, ya sea individual o social, son el fundamento desde el cual se opta por una u otra acción.

Entre los valores que motivan el trabajo del PUB día con día podemos destacar al menos siete y son los siguientes:

Laicidad

Es imposible entablar un diálogo cuando se fundamenta en creencias personales. Por tanto, en cualquier discusión, investigación o planteamiento en el campo de la bioética, es esencial dejar de lado las creencias personales. La secularidad no requiere ser ateo, pero sí implica no intentar argumentar basándose en creencias, en lugar de ello, se debe utilizar argumentos respaldados por la filosofía o la ciencia, los cuales pueden ser debatidos y no son simplemente dogmas (UNAM B. , 2023).

Rigor científico y filosófico

La ciencia y las humanidades no comparten el mismo nivel de rigurosidad, ya que "rigor" no equivale a "precisión". La excelencia académica se basa en argumentos válidos, evita el razonamiento falaz, requiere claridad y precisión. La calidad del conocimiento universitario no debe nunca depender de falacias, extremismos u opiniones, sino que debe estar en consonancia en todo momento con la ciencia y el discurso filosófico basado en la razón (UNAM B. , 2023).

Respeto

Como un estudiante universitario, el concepto de respeto va mucho más allá de simplemente "tolerar". La tolerancia es un principio frágil que puede romperse fácilmente, pero cuando se pierde el respeto, al menos puede quedarnos la tolerancia. "El término "respeto" proviene de la palabra latina "specere", que significa mirar. Respetar implica ser capaz de mirar y volver a mirar (re-specere) a otra persona sin juzgarla, sino con la intención abierta de comprender y considerar su opinión o forma de ser, sin intentar imponer la nuestra. Siguiendo las palabras de la famosa biografía de Voltaire, podemos no estar de acuerdo con alguien y, aun así, estar dispuestos a defender su derecho a expresarse.: en el respeto a los derechos del otro, se fundamenta la paz social" (UNAM B. , 2023).

Solidaridad

La principal clave para adoptar una postura activa en la bioética es demostrar solidaridad hacia el planeta y todos sus seres vivos. "Nuestra Tierra es un entorno dinámico, con un núcleo de magma que influye en las fluctuaciones de temperatura

y, en consecuencia, en la creación de condiciones propicias para la vida y la evolución. En conjunto con nosotros, los demás habitantes del planeta, conformamos una biodiversidad tan diversa que desafía la imaginación más extravagante. Por tanto, desde una perspectiva bioética, la solidaridad hacia la vida en nuestro planeta se erige como la virtud más noble a la que podemos aspirar” (UNAM B. , 2023).

Justicia

Hasta ahora, la humanidad no ha conseguido establecer una equidad adecuada tanto entre individuos humanos como con las demás criaturas que comparten el planeta, pero no son humanas. “La bioética se esfuerza por poner de manifiesto esta problemática, plantear preguntas al respecto y ofrecer posibles respuestas para mejorar nuestro mundo” (UNAM B. , 2023).

Autonomía y libertad

Cualquier persona tiene la capacidad de ser independiente si puede plantear preguntas y encontrar soluciones alternativas a las ya aceptadas. “La autonomía y la libertad de cada individuo solo deben detenerse donde comienzan las de los demás, sean seres humanos u otras formas de vida. Siempre y cuando no se perjudique a otra persona, cada individuo debe proteger su derecho a tomar decisiones que consideren adecuadas para su propia vida” (UNAM B. , 2023).

El Programa Universitario de Bioética actualmente se conforma de la siguiente forma:

Organigrama del Programa Universitario de Bioética de la UNAM



Información tomada de la página oficial del Programa Universitario de Bioética

Mi papel en área de difusión y divulgación del Programa Universitario de Bioética de la UNAM.

Mi experiencia de trabajo en el área de difusión y divulgación del Programa Universitario de Bioética de la UNAM es fundamental para comprender el entorno en el que he aplicado mis conocimientos en comunicación y cultura.

Durante los últimos cuatro años, he tenido el privilegio de trabajar en el Programa Universitario de Bioética de la UNAM, desempeñándome en el área de difusión y divulgación. Esta institución se dedica a promover la reflexión ética en el ámbito de la bioética y busca generar conciencia sobre los dilemas éticos que surgen en la investigación científica, la medicina y la sociedad en general.

En mi lugar como responsable de difusión y divulgación, he sido el encargado de desarrollar y ejecutar estrategias que permitan dar a conocer las actividades, investigaciones y eventos del programa. Para lograrlo, he utilizado diferentes medios y plataformas de comunicación, tanto en línea como fuera de línea.

Una de las principales herramientas que he utilizado es el manejo de redes sociales (AMIPCI, 2014). Como encargado de las redes sociales del programa, gestiono y actualizo regularmente los perfiles de Facebook, X, Instagram, YouTube y TikTok. Esto implica la creación de contenido atractivo y relevante, adaptado a cada plataforma, con el objetivo de alcanzar a una audiencia amplia y diversa.

En términos prácticos, he desarrollado una parrilla de contenido que guía la publicación regular en las redes sociales. Esta parrilla incluye una variedad de temas relacionados con la bioética, como debates actuales, avances científicos, eventos y testimonios de expertos en el campo. Además, me he encargado de la

producción de contenido visual, como fotografías y videos, para complementar las publicaciones y aumentar su impacto.

Una parte fundamental de mi trabajo ha sido la participación en transmisiones en vivo a través de Facebook Live y YouTube (Bioética, YouTube Bioética UNAM, 2023). Estas transmisiones permiten una interacción directa con la audiencia, donde se abordan temas relevantes de bioética y se responden preguntas e inquietudes en tiempo real. Estas transmisiones han fortalecido nuestra conexión con nuestros seguidores y han generado un mayor compromiso y participación en las actividades del programa, promoviendo la bioética de manera efectiva en diferentes contextos y sectores. A través de la creación de estos materiales, he aplicado mis conocimientos en comunicación para transmitir de manera clara y accesible los conceptos y principios éticos relacionados con la bioética.

En cuanto a la promoción y difusión del programa, he llevado a cabo campañas en Facebook e Instagram Ads (Meta Facebook Ads, 2023), estas campañas han permitido llegar a un público más amplio y específico, aumentando la visibilidad del programa y atrayendo a personas interesadas en la bioética. Además de las campañas de publicidad pagada, también he trabajado en el crecimiento orgánico de las redes sociales, utilizando estrategias de interacción, colaboraciones con otros perfiles y la creación de contenido de calidad para fomentar el crecimiento de seguidores y la participación de la comunidad en línea.

Es importante mencionar que el Programa Universitario de Bioética de la UNAM es reconocido tanto a nivel nacional como internacional por su labor en el campo de la ética en la investigación y la medicina. Esto ha generado una responsabilidad adicional en la difusión y divulgación de sus actividades, ya que buscamos impactar

no solo a la comunidad universitaria, sino también a profesionales de la salud, investigadores, estudiantes y público en general interesado en temas éticos y de bioética.

Para lograr una difusión efectiva, es crucial entender el contexto en el que se desarrollan las actividades del programa. La bioética aborda cuestiones éticas relacionadas con la medicina, la investigación científica, el desarrollo de tecnologías y su impacto en la sociedad. Estos temas suelen ser complejos y requieren una comunicación clara y accesible para llegar a un público diverso.

Además, el Programa Universitario de Bioética tiene como objetivo promover la reflexión y el debate ético, fomentando la participación de diferentes actores sociales. Esto implica colaboraciones con instituciones académicas, organizaciones de la sociedad civil y expertos en el campo de la bioética. En mi rol, he tenido la oportunidad de interactuar con diferentes personas e instituciones, buscando sinergias y fortaleciendo alianzas estratégicas para amplificar el impacto de nuestras acciones.

Es importante destacar que el trabajo en el área de difusión y divulgación no se limita únicamente a la generación de contenido, sino que también implica el monitoreo y análisis de resultados. A través de herramientas de análisis de redes sociales, he evaluado el alcance de nuestras publicaciones, el nivel de participación de la audiencia, el impacto de las campañas y la interacción en general. Estos datos nos han permitido ajustar nuestras estrategias y enfocar nuestros esfuerzos en aquellos aspectos que generan mayor interés y compromiso por parte de la comunidad.

Mi experiencia de trabajo en el Programa Universitario de Bioética de la UNAM en el área de difusión y divulgación ha sido enriquecedora y desafiante.

Mi llegada al PUB fue en junio de 2019 con un panorama poco alentador tras varios cambios de dirección y de personal y con varios retos por cumplir. A través de la implementación de estrategias de comunicación efectivas, he contribuido a la visibilidad y el impacto de las actividades del Programa, promoviendo la reflexión ética y generando conciencia sobre los temas relacionados con la bioética. Esta experiencia me ha permitido la aplicación práctica de mis conocimientos adquiridos en la licenciatura en Comunicación y Cultura, demostrando la conexión entre la teoría y la práctica en el ámbito profesional.

En el contexto de mi experiencia laboral en el área de difusión y divulgación del Programa Universitario de Bioética de la UNAM, es importante destacar el papel fundamental de las redes sociales en nuestra estrategia de comunicación. Como encargado de las redes sociales del programa, he tenido la responsabilidad de gestionar y mantener presencia activa en plataformas como Facebook, X, Instagram, YouTube y TikTok.

Capítulo 2

Descripción de la experiencia profesional

En el segundo apartado, se realizará una descripción exhaustiva de las experiencias profesionales adquiridas durante estos cuatro años de trabajo, las distintas áreas en las que he aplicado mis conocimientos y habilidades en comunicación y cultura, demostrando cómo estas se vinculan directamente con las actividades propias de la difusión y divulgación.

Mi contribución en la gestión de eventos, la producción de materiales audiovisuales, la generación de contenido en medios digitales y la colaboración con distintos actores involucrados en la promoción de la bioética.

A continuación, describo cada red social, su importancia y como ha sido su uso como herramienta para la difusión de las redes sociales del PUB.

Facebook

Facebook es una red social en línea, su historia se remonta a “febrero de 2004 dónde en sus años de estudiante el creador de esta red social Mark Zuckerberg cursaba la carrera en Harvard, junto a Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz y Chris Hughes en febrero del año 2004 crearon lo que hoy se conoce como Facebook” (Ortíz, 2023).

La plataforma en un principio comenzó como un simple proyecto universitario en la Universidad de Harvard, pero rápidamente se expandió por otras universidades de Estados Unidos, para después convertirse en una de las redes sociales más usadas, populares y exitosas en todo el mundo.

La idea de Facebook surgió cuando Zuckerberg, estudiante de segundo año en Harvard, creó un sitio web llamado "Facemash" en 2003. Facemash comparaba las fotos de los estudiantes de Harvard y permitía a los usuarios votar por la persona más atractiva. Aunque Facemash fue rápidamente cerrado por la universidad debido a problemas de privacidad y controversia, sentó las bases para la creación de Facebook. En febrero de 2004, Zuckerberg y sus compañeros de cuarto, Saverin, McCollum, Moskovitz y Hughes, lanzaron Facebook, inicialmente conocido como "The facebook", como una red social exclusiva para estudiantes de Harvard. La plataforma fue un éxito inmediato y se expandió a otras universidades de Estados Unidos.

En 2005, Facebook comenzó a permitir el registro de usuarios fuera de entornos universitarios, lo que llevó a un rápido crecimiento de su base de usuarios. Ese mismo año, la empresa recibió su primera inversión significativa de Peter Thiel, cofundador de PayPal, y Accel Partners. Esta inversión permitió a Facebook expandirse internacionalmente y mejorar su infraestructura tecnológica.

“En 2006, Facebook se abrió al público en general y se convirtió en una plataforma disponible para cualquier persona simplemente con una dirección de correo electrónico válida y vigente” (Ortíz, 2023).

La empresa continuó con su crecimiento rápidamente y atrayendo cada vez más la atención de inversores y anunciantes. En 2007, Microsoft adquirió el 1.6% de las acciones de Facebook por \$240 millones, lo que valoró a la compañía en \$15 mil millones según reportes de la revista Forbes.

En los años siguientes, Facebook siguió innovando y creciendo. Introdujo nuevas características a su feed² como la posibilidad de etiquetar a amigos en fotos, compartir ubicaciones y gustos, y lanzó aplicaciones móviles para diferentes plataformas y compañías. En 2012, Facebook adquirió Instagram, una popular plataforma de compartición de fotos, por \$1 mil millones. En 2014, adquirió WhatsApp, una aplicación de mensajería instantánea, por \$19 mil millones (Ortíz, 2023).

Sin embargo, a medida que Facebook crecía en popularidad y alcance, también enfrentaba críticas y desafíos. La empresa ha sido objeto de controversias relacionadas con la privacidad de los datos de los usuarios, la difusión de noticias falsas y la manipulación de información. Estos problemas han generado pérdidas millonarias y ha sufrido el abandono de miles de personas que han salido de la aplicación por temor al robo de información, Facebook además ha sido testigo de un sin fin de investigaciones y regulaciones cada día más estrictas sobre las prácticas de la plataforma.

A pesar de los desafíos, Facebook continúa siendo una de las redes sociales más utilizadas en el mundo, con miles de millones de usuarios activos mensuales. La empresa ha diversificado sus servicios, expandiendo su presencia en el comercio electrónico, la realidad virtual y otras áreas tecnológicas (Morales, 2019).

² El FEED es la lista de historias en constante actualización que se encuentra en el medio de la página de inicio de nuestro perfil en Facebook. Revisado en <https://cutt.ly/ewKIFc9q>

El Programa Universitario de Bioética cuenta con una página de Facebook la cual es muy importante en nuestra estrategia de contenido además que la utilizamos diariamente para compartir información a nuestra comunidad.



Véase: <https://cutt.ly/xwKlGgo8>

Actualmente contamos con casi 35,000 seguidores y diariamente subimos aproximadamente de 3 a 5 seguidores, lo que nos hace trabajar arduamente para llevar información oportuna y contenido de calidad a nuestros usuarios.

La información que compartimos diariamente es revisada y curada por la secretaria administrativa y la secretaria académica del Programa antes de llegar hasta nuestra comunidad, lo que nos permite tener múltiples filtros y curaciones para no equivocarnos. Intentamos y tratamos en la medida de lo posible de compartir información relevante, oportuna y verás sobre temas de bioética.

Un contenido muy importante y que nos genera mucha interacción son las infografías como la del ejemplo siguiente:



Uso DE ANIMALES EN EL TURISMO

El turismo es una fuente de ingresos sumamente importante para muchos países y regiones. El contacto con espacios naturales es el de mayor afluencia, pero con esto se genera una gran problemática, la exigencia por convivir con la fauna y naturaleza salvaje típica del lugar.

El uso de animales para entretenimiento causa problemas tanto para el bienestar animal como para su conservación. El uso y exhibición de animales salvajes no deja de ser una actividad lucrativa para muchos, pero este beneficio prima por sobre las necesidades de los animales mismos.

Se reconocen 5 principios básicos en torno al bienestar animal, siendo estos; cubrir las necesidades alimenticias, ausencia de incomodidad, no generar dolor, heridas o enfermedades, libertad para expresar su comportamiento natural y no sufrir miedo ni angustia.

Necesitamos exigir el respeto a las diferentes formas de vida y evitar la explotación de animales con cualquier fin, así como denunciar cualquier mala praxis que podamos atestiguar.

Fuentes:
- "Turismo responsable con los animales", en Turismo y animales, Fundación FAADA, consultado el 17 de abril de 2023, <https://turismo-responsable.com/55-turismo-y-animales>
- J. Arratibel Andrea, "Un municipio mexicano estripa los agujones de las rayas para que no piquen a los turistas", en El País, publicado el 7 de abril de 2023, consultado el 17 de abril de 2023, <https://elpais.com/mexico/2023-04-07/un-municipio-mexicano-estripa-los-agujones-de-las-mantarrayas-para-que-no-piquen-a-los-turistas.html>

Véase: <https://cutt.ly/KwKIGbRF>

Esta infografía fue creada por el área de diseño del Programa, con información proporcionada por mí y curada por las secretarías antes mencionadas, siempre intentando ser innovadores en cuestión de imagen, colores y formatos. Este formato en vertical se adecua muy bien a la red social de Facebook y nos ha dejado muy buenos resultados en cuestión de interacción, lo que resulta muy importante ya que nuestro trabajo es lograr que la comunidad interactúe con nuestro contenido.

Las infografías son una herramienta valiosa dentro del mundo de las redes sociales, ya que visualmente poseen y combinan elementos gráficos y texto, lo que hace más accesible y fácil de comunicar nuestro mensaje y de manera efectiva, otro factor muy importante de las infografías son el hecho de que se puede simplificar un tema en pocas líneas, un tema que quizá es muy complejo y difícil de explicar, con una infografía esto se vuelve más fácil lo que la hace muy atractiva para nuestro público.

REHABILITACIÓN RESPIRATORIA PARA PACIENTES EN RECUPERACIÓN POR COVID-19

**¡NO LO OLVIDES!
EL SECTOR SALUD RECOMIENDA:**

RESPIRACIÓN LABIOS FRUNCIDOS

- Inspirar lentamente **por la nariz**.
- Aguantar el aire, **si se puede** (2-3 seg.).
- Soplar **lentamente** por la boca.



SACAR EL AIRE CON LA BOCA ABIERTA

- **Acostada o acostado de lado**
- Inhalar por la nariz de **manera normal**.
- Exhalar lentamente con la boca abierta, hasta **vaciar del todo los pulmones**.
- Realizar durante **5 minutos** y repetir sobre el otro lado.
- Realizar **dos veces al día**.



RESPIRACIÓN DE COSTAL

- **Acostada o acostado** con piernas estiradas, o **sentada o sentado**.
- Manos en el pecho.
- Tomar aire por la nariz y sacarlo por la boca **con los labios fruncidos**.
- Realizar por la mañana y por la tarde, de **10 a 15 respiraciones**.



FUENTE: IMSS | ILUSTRACIÓN: Freepik | DISEÑO: Lizeth Abigail Villafán Cáceres

infoPUB



Véase: <https://twitter.com/bioeticaunam/status/1488579501634334722/photo/1>

Otra clave importante es la capacidad que pueden tener para aumentar la visibilidad en nuestras redes sociales debido a su formato visual, además de simplificar la información, las infografías también pueden resumir datos clave de manera efectiva, con números, tablas o gráficas. Esto es muy útil cuando intentamos comunicar estadísticas, resultados de algún tema en específico o simplemente de explicar conceptos técnicos.

Además de simplificar la información, las infografías también pueden mejorar la retención de la información en ella contenida. Las personas tienden a recordar mejor la información visual en comparación con el texto puro. Esto significa que tu mensaje es más probable que se mantenga en la mente de tu audiencia (Consuegra, 2014)

Otra característica importante es que podemos dirigir tráfico de nuestras redes sociales a nuestro sitio web, lo que puede aumentar la visibilidad del Programa e impulsar nuevos seguidores, dando como resultado un número mayor de interacciones.

Las infografías que se realizan en el Programa tienen un por qué, y son pensadas en base y de acuerdo con nuestra parrilla de contenido mensual (más adelante menciono y muestro un ejemplo de esta) que desarrollamos de acuerdo con gustos y afinidades de nuestra comunidad.

Otra actividad para destacar son las transmisiones en vivo (Social, 2023) en Facebook, YouTube e Instagram, estas actividades tienen como principal característica que son grabaciones en vivo con ponentes o presentadores de diferentes instituciones ya sea en Conversatorios, Coloquios, Cátedras y demás

actividades académicas, las cuáles se realizan con el área de sistemas y la secretaría académica en formato híbrido, es decir se realizan de manera presencial y en línea para nuestras redes sociales. Las transmisiones en vivo las realizamos directamente de cada red social, mi trabajo en cuestión es estar pendiente de cada transmisión en cada plataforma, interactuando con la comunidad, resolviendo dudas a comentarios y fomentando la participación de ida y vuelta con los usuarios.

La programación regular de transmisiones en vivo nos ayuda mucho a generar fidelidad con nuestros seguidores, tal es el caso de la Cátedra Extraordinaria de Bioética que realizamos en conjunto con la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM³

The image shows a screenshot of a Facebook live stream presentation. The background is a dark blue gradient. In the top left corner, there is a logo for the 'PUB PROGRAMA UNIVERSITARIO DE BIOÉTICA' featuring a stylized figure holding a branch. The main content is a white rectangular slide with a black border. The slide title is 'Bioética y Ciencias Biomédicas: El Papel del Principialismo'. Below the title, it identifies the speaker as 'Programa Universitario de Bioética UNAM, Dra. Jennifer Hincapie Sanchez, Directora'. Further down, it lists her role as 'Responsable del Campo Disciplinario de Bioética, Posgrado en Ciencias Médicas, Odontológicas y de la Salud' and her affiliation with the 'Facultad de Medicina, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)', along with her email 'jhincapie@unam.mx'. To the right of the slide, there are three logos: the UNAM crest, the 'COORDINACIÓN DE HUMANIDADES' logo, and the 'PUB PROGRAMA UNIVERSITARIO DE BIOÉTICA UNAM' logo. On the right side of the slide, there is a small video inset showing a woman with glasses and a white shirt speaking. The entire presentation is framed by a dark blue border with white horizontal lines at the top and bottom.

Véase: <https://fb.watch/m-DOtsRGYS/>

³ Transmisión en vivo del PUB se puede revisar en: <https://fb.watch/m-DOtsRGYS/>

Establecer un horario para nuestras transmisiones nos ha ayudado a construir una audiencia leal que cada semana nos acompaña y que espera escuchar de la mano de expertas y expertos los temas que llevamos en cada sesión. Las transmisiones en vivo en redes sociales se han convertido en una estrategia de *engagement* sumamente efectiva en nuestro caso. Nos ofrecen una forma distinta y cercana de interacción, además de ser en tiempo real las transmisiones en vivo se quedan guardadas en nuestros respectivos perfiles para poder ser vistas en un futuro.

Como encargado de las redes sociales del Programa Universitario de Bioética de la UNAM, el uso de la red social "Facebook" desempeña un papel crucial en mi día a día. A través de esta red social, me dedico a crear contenido relevante, interactuar con la audiencia, promover eventos próximos, mantenerme informado, pero sobre todo informar a la comunidad y analizar el rendimiento de nuestras publicaciones diariamente.

Un contenido que genero además de los ya mencionados y que es muy importante para hacer clic con la comunidad, son los "Memes" (Larios, 2014).

Los memes son imágenes en tendencia que generan alta expectativa a los usuarios de redes sociales, normalmente es una imagen con un muy breve texto que genera risa, los memes suelen usarse y volverse tendencias, se adecuan según nuestros gustos y en realidad no se sabe cómo nacen, ni cómo ni cuándo terminan.

Las redes sociales han transformado la forma en que las empresas e instituciones se relacionan con sus públicos, y los elementos visuales conocidos como "memes" se han convertido en elementos visuales y fáciles de compartir. "Los memes no solo

son una fuente constante de entretenimiento en la web, sino que también desempeñan un papel esencial en la promoción de productos, servicios y valores de marca” (Lenis, 2022).

Los memes son un fenómeno global en el mundo, sin importar nuestra cultura, edad, género o ubicación geográfica, la mayoría de las personas pueden identificar y entender un “meme”. El uso de los memes es muy importante en una estrategia digital, al utilizarlos podemos establecer una conexión con nuestra audiencia generando cercanía y empatía, además de que los memes buscan la forma de mostrar el lado humano de nuestra institución.

En ese sentido al compartir memes es muy posible que creamos lazos con nuestra comunidad y fortalezcamos relaciones con nuestros seguidores. Las personas por instinto necesitan ser escuchadas y compartir memes nos ayuda a interactuar con usuarios, los cuáles se vuelven más cercanos a nosotros. Los memes son expresiones culturales que se difunden de un individuo a otro mediante la imitación. En el ámbito de las plataformas digitales, los memes pueden presentarse como imágenes, vídeos o textos cómicos que circulan en las plataformas digitales.

Su principal atractivo radica en su habilidad para comunicar conceptos, sentimientos o escenarios de forma veloz y eficaz, esto con la intención en su mayoría de hacer reír, causar un sentimiento o simplemente criticar un tema en específico.

Los memes normalmente se vinculan con eventos y temas actuales o en tendencia, un ejemplo de ello es el siguiente meme que compartimos por el Día Internacional de Star Wars:

Celebramos el día mundial de Star Wars y decidimos darle un enfoque desde la Bioética.



Tasa de rendimiento del post
Mas de **10,000** impresiones
Más de **600** reacciones
300 veces se compartió el post

Además, utilizo contenido multimedia, como imágenes y videos, para hacer más atractivas nuestras publicaciones. Mi objetivo principal es informar y generar un debate constructivo sobre temas éticos en la comunidad universitaria y más allá.

La interacción con la audiencia es otro aspecto vital de mi trabajo como *Community Manager*. A través de Facebook, puedo responder preguntas, comentarios y mensajes privados que recibimos en nuestra página. Establecer una comunicación directa con los seguidores nos permite construir relaciones sólidas y fomentar un ambiente de diálogo respetuoso.

Fomentar la interacción y el compromiso entre nuestra institución y nuestra audiencia es un trabajo de todos los días audiencia. La interacción es uno de los pilares en nuestra estrategia de contenidos para redes sociales. Así como en la comunicación ya no se trata solo de transmitir mensajes unidireccionales, sino de participar activamente en conversaciones, dónde haya retroalimentación.

Una de mis tareas principales es establecer y mantener relaciones significativas con nuestra audiencia a través de la interacción constante, mediante los comentarios, la contestación de mensajes y respuesta a la comunidad en línea. La interacción efectiva tiene un impacto muy importante en nuestras redes sociales ya que nos permite llevar a más usuarios nuestro mensaje y al mismo tiempo poder tener una respuesta, facilitando la construcción de relaciones sólidas entre nuestra institución y la audiencia, lo que a su vez influye en la lealtad de nuestros usuarios.

Interacción efectiva

Lo primero y muy fundamental desde luego es conocer a nuestra audiencia, es decir, comprender sus necesidades, deseos, intereses y problemáticas. Esto se logra con encuestas en línea, preguntas y en los comentarios. El análisis de datos y la monitorización de nuestras redes sociales son herramientas valiosas para obtener esta información para luego poder crear contenido relevante que sea interesante para nuestra audiencia. Además, se debe ser consciente de las tendencias actuales y alinear el contenido con los valores de nuestra institución.

La velocidad de respuesta es crucial en las redes sociales, donde los usuarios esperan respuestas rápidas, concisas y que respondan a sus preguntas y comentarios. Como Gestor De Comunidades mi trabajo consta en estar pendiente 24/7 a las notificaciones de nuestras redes sociales y desde luego responder en un plazo no mayor a 30 minutos. Pero no se trata solo de responder; se trata de saber mantener la conversación, esto se logra preguntando a la audiencia sobre sus opiniones, necesidades y experiencias, aceptando en todo momento sugerencias para poder mejorar y de vez en cuando brindar un estímulo para mejorar nuestras interacciones.

Facebook se convierte en una herramienta esencial para promocionar los eventos relacionados con la bioética que organizamos. Creo eventos en la página y los comparto en grupos relevantes y en nuestra línea de tiempo. También me aseguro de mantener actualizada la información sobre los eventos, responder a consultas de los interesados y recordarles la fecha y hora de estos. De esta manera,

aprovechamos la amplia audiencia de Facebook para llegar a más personas y aumentar la participación en nuestros eventos.

X

X es una red social que sin duda ha revolucionado el mundo de las redes sociales y las plataformas digitales, en especial en el periodismo y la comunicación desde su creación en el año de 2006. “X es una plataforma de microblogging en la cual se conectan las personas mediante un perfil y comparten tweets” (Twitter, 2023) Los tweets son pequeños fragmentos de texto de no más de 280 caracteres, esta red social ha transformado la forma en que las personas se conectan y comparten información en línea.

A lo largo de los años, X ha experimentado un crecimiento exponencial y ha sido testigo de importantes acontecimientos, y de cambios significativos en su estructura comunicativa, comercial y empresarial, convirtiéndose en una herramienta clave para la difusión de noticias, el activismo político y la interacción social.

La red social X fue fundada por Jack Dorsey, Biz Stone y Evan Williams en marzo de 2006 en San Francisco, California Estado Unidos (Williams, 2014).

Esta plataforma fue inspirada por muchas otras empresas de servicios de mensajería de texto y de noticias, en ese sentido X cambió la forma de entender la comunicación y el periodismo, ya que “en un principio X se centró en permitir a los usuarios compartir pensamientos y actualizaciones breves de no más de 140 caracteres” (Sasso, 2021).

Con el tiempo esto ha ido cambiando y ahora la red social permite un abanico de posibilidades para compartir información en línea.

El concepto original de X era crear un "SMS de Internet" que permitiera a las personas compartir información de manera rápida y sencilla, pero sus fundadores le dieron otro sentido y poco a poco fue cambiando.

X se convirtió en una herramienta invaluable para la cobertura en tiempo real de eventos importantes, como la Primavera Árabe en 2011 y las protestas en Occupy Wall Street en el mismo año” (Ridge, 2023).

Estos eventos demostraron el poder de X como plataforma para la difusión de información y la organización de movimientos sociales, habría entonces revolucionado la forma de compartir noticias en tiempo real y de cómo se hacía periodismo.

A lo largo de los años, X ha introducido varias características y cambios significativos. En 2009, se implementó el retweet, permitiendo a los usuarios compartir fácilmente los mensajes de otros (Navas, 2018).

Para el año 2017, X amplió su límite de caracteres de 140 a 280, lo que permitió a los usuarios expresarse de manera más completa y detallada (Twitter, 2017). Además, se introdujeron los hashtags, que facilitaron la búsqueda y la agrupación de conversaciones sobre temas específicos (Twitter, 2023). Estas innovaciones que fueron en su momento muy significativas han influido bastante en la forma en que los usuarios interactúan en la plataforma, comparten y utilizan la información.

Sin duda alguna esta red social ha tenido un impacto muy significativo en la sociedad y el mundo en general, en la forma en que se comunican las personas. “La plataforma se ha convertido en una fuente real y principal de noticias en tiempo real, superando a los medios tradicionales en muchos casos” (Hermida, 2012).

Además de esto, X juega un papel muy importante en la política y en la movilización ciudadana, permitiendo a los usuarios participar en debates públicos y expresar sus opiniones. Sin embargo, también ha habido críticas hacia X por la difusión de información errónea y por los problemas de acoso, ciber acoso y toxicidad en la plataforma, algo que con el paso de los años se ha vuelto peor (Haewoon Kwak, 2010).

En nuestro caso muy particular X nos ha ayudado a compartir noticias, eventos y reflexiones breves relacionadas con la bioética. Hemos utilizado esta red social para estar más en contacto con nuestra comunidad mediante el uso de hashtags relevantes para alcanzar a un público más amplio.



Tomado de: https://twitter.com/bioeticaunam?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor

Hemos fomentado la participación de los seguidores a través de preguntas, encuestas, debates y la promoción de eventos y programas.

En este sentido, X nos ha ayudado a tener mayor visibilidad a la hora de difundir nuestras actividades ya que es una plataforma de gran alcance que ha revolucionado la forma en que compartimos información en tiempo real.

En el caso de la cuenta @BioeticaUnam⁴ gestionada por este servidor desde el Programa Universitario de Bioética de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), esta red social se ha convertido en un aliado invaluable para difundir contenido y promover el diálogo en el campo de la bioética.

Desde su nacimiento, la cuenta @BioeticaUnam en X ha experimentado un crecimiento exponencial en su número de seguidores y ha demostrado ser una plataforma efectiva. Y confiable para compartir información relevante sobre temas de bioética y lógicamente eventos organizados por el Programa Universitario de Bioética. A través de la brevedad y concisión que caracteriza a esta red social, se han logrado transmitir mensajes claros y directos, llegando a un público amplio y diverso.

En primer lugar, X nos brinda la oportunidad de compartir eventos de la institución de manera inmediata. A través de publicaciones y anuncios en tiempo real, podemos informar a nuestros seguidores sobre conferencias, coloquios, talleres y otras actividades que realizamos semanalmente. Esto nos permite llegar a un público más amplio, incluso más allá de nuestra comunidad universitaria, generando un impacto significativo en la sociedad y fomentando la participación en los debates.


Además, nos ofrece la posibilidad de interactuar directamente con nuestros seguidores y establecer un diálogo en tiempo real. La posibilidad de mencionar a otros usuarios, utilizar hashtags relevantes y participar en conversaciones a través


⁴ X del PUB: https://twitter.com/bioeticaunam?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor


de hilos nos permite generar discusiones enriquecedoras y promover el intercambio de ideas con expertos y personas interesadas en la bioética.


Esta interacción directa nos brinda una retroalimentación valiosa y nos ayuda a mejorar nuestro trabajo y a abordar de manera más precisa las inquietudes de nuestra audiencia.


Además de su efectividad en la difusión de información, X también nos brinda una visión más amplia sobre las tendencias y los debates actuales en el campo de la bioética.

 **Bioética UNAM** @bioeticaunam · 13 may. ⋮

¿Ya te registraste para la conferencia
“Historia y trascendencia de la genética  en México”?

 2 de junio de 2023

 12:00 horas

 Evento híbrido

Pre-registro para recibir constancia de participación: cutt.ly/r6oLU5V

[@suhfecim](#) [@germanfajardo](#) [@LluisMontoliu](#)

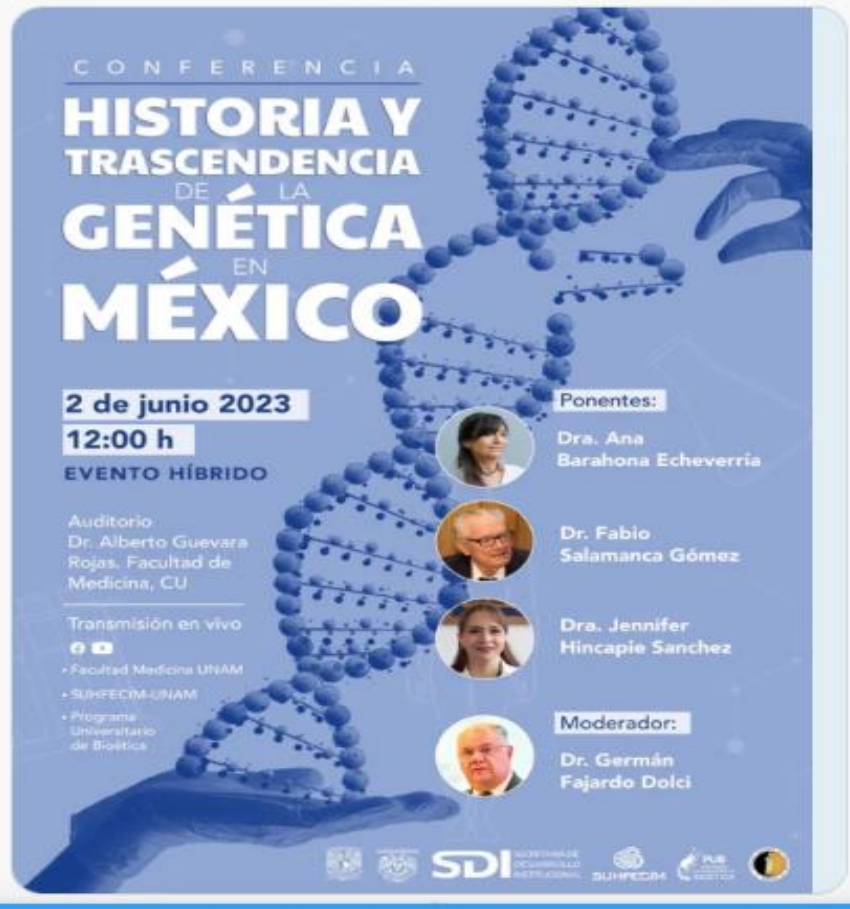


Imagen tomada de: <https://x.com/bioeticaunam/status/1657378735778148352?s=20>

Otro aspecto destacado de X es su capacidad para amplificar el alcance de nuestros mensajes a través de la función de retweet (Twitter, 2023). Cuando nuestros seguidores comparten nuestros contenidos, estos pueden llegar a un público mucho más extenso, generando un efecto multiplicador. Esta característica es

especialmente relevante cuando queremos difundir información importante sobre eventos de bioética, investigaciones destacadas o iniciativas relevantes para nuestra comunidad. Al seguir a otros expertos, instituciones y organizaciones relevantes, podemos mantenernos actualizados sobre los avances, descubrimientos y discusiones en la comunidad global de la bioética. Esta retroalimentación constante nos permite enriquecer nuestros conocimientos y estar al tanto de los temas de mayor relevancia e interés para nuestra audiencia.

X nos permite compartir enlaces a artículos, investigaciones y recursos relevantes, lo que facilita el acceso a información actualizada y de calidad para nuestra audiencia. Además, podemos utilizar imágenes, videos y otros elementos visuales para enriquecer nuestros mensajes y captar la atención de los usuarios.

Una ventaja significativa de X es su capacidad para establecer conexiones con otros profesionales, expertos y organizaciones en el campo de la bioética.

A través de etiquetas temáticas y el uso de hashtags (Twitter, 2023) como: #Bioética, #ÉticaMédica, #Salud, #EstoEsBioética entre otras, podemos participar en conversaciones y debates relevantes, estableciendo relaciones colaborativas y fortaleciendo nuestra red de contactos, lo que nos permite crecer día con día.



Esta interacción nos brinda la oportunidad de aprender de otros y compartir nuestros conocimientos y experiencias, promoviendo así un enfoque multidisciplinario y enriquecedor. La función de seguimiento nos permite estar al tanto de las actualizaciones y actividades de otras instituciones y expertos en bioética, manteniéndonos actualizados en temas de interés. Esta capacidad de monitoreo nos ayuda a identificar oportunidades de colaboración, ampliar nuestras perspectivas y mantenernos actualizados con las novedades más relevantes.

← **Protección Civil UNAM**
5.984 posts


 La Secretaría de Prevención, Atención y Seguridad Universitaria a través de la Dirección General de Análisis, Protección y Seguridad Universitaria, invita a las entidades y dependencias de la UNAM a participar en el


2° SIMULACRO NACIONAL 2023

19 Septiembre 11:00 horas
 Para mayor información sobre el simulacro
www.seguridadyproteccion.unam.mx


¡PARTICIPA!
[#LaPrevenciónEsLaLlaveDeTuSeguridad](https://twitter.com/PCUNAM)





Siguiendo

Protección Civil UNAM
 @PCUNAM Te sigue

[#LaPrevenciónEsLaLlaveDeTuSeguridad](https://twitter.com/PCUNAM)

México D.F. seguridadyproteccion.unam.mx/PC3/
 Se unió en abril de 2012

469 Siguiendo **6.774** Seguidores


 Cursos y Diplomados UNAM, HumanidadEsComunidad UNAM y 81 más de las cuentas que sigues siguen a este usuario

Además, X nos brinda la posibilidad de obtener retroalimentación inmediata sobre nuestras publicaciones a través de los me gusta, los retweets (Twitter, 2023) y los comentarios.

Mediante la revisión de analítica y desarrollo de la interacción de cada post podemos encontrar información relevante que, nos permite evaluar la relevancia y el impacto de nuestras publicaciones, así como ajustar nuestra estrategia de comunicación en función de la respuesta de nuestra audiencia. Teniendo en cuenta a cada

interacción que nuestra audiencia hacemos que nuestras próximas publicaciones sean más cercanas a la comunidad.

× Estadísticas del post

 **Bioética UNAM** @bioeticaunam · 30 ago.



Hoy tenemos sesión de #SeminarioMensual.
El tema a debatir es: Desigualdad de género, bioética feminista y justicia reproductiva.
¡Únete al diálogo en punto de las 16:00 horas 🙋
#UNAM #Bioética #EstoEsBioética


18


12


0

Impresiones ⓘ

1.710

Interacciones ⓘ

70

Ampliaciones de detalles ⓘ

8

Nuevos seguidores ⓘ

1

Visitas del perfil ⓘ

7

Promociona tu post

Obtén más impresiones y haz crecer tu marca. Promociona este Tweet y amplía tu alcance.

Promocionar este post

Tomado de: <https://twitter.com/bioeticaunam/status/1696881972537168229/analytics>

Instagram

En nuestros tiempos la comunicación y la interacción social son partes fundamentales para coexistir, esto viene de mucho tiempo atrás cuando comenzó la era digital. Un sin número de plataformas de redes sociales y plataformas digitales han nacido, crecido y porque no decirlo también han visto sus últimos días.

Instagram (Forbes, 2017) es una de ellas y pese a muchos cambios digitales, se ha mantenido y no solo eso, también ha destacado como una de las redes sociales más influyentes y significativas en las comunidades en línea en todo el mundo en nuestros tiempos.

Su nacimiento, evolución e importancia en el ámbito de la comunicación en redes sociales, ha hecho de Instagram una aplicación que se ha mantenido en el gusto de la comunidad, además sigue siendo una de las redes sociales favoritas y por excelencia de las comunidades en línea.

“Instagram, es una red social muy popular para compartir fotos y videos, fue creada y concebida por Kevin Systrom y Mike Krieger en el año de 2010” (Gil, 2023). Su principal objetivo era en un principio llevar a los usuarios una forma rápida y sencilla de capturar momentos significativos de sus vidas y compartirlos con amigos en sus perfiles, para que así los seguidores o amigos, pudiesen ver todo el contenido de manera intuitiva y en un formato muy sencillo y divertido.

A lo largo de su historia, la red social ha experimentado y sufrido una serie de cambios, algunos buenos, algunos no tanto, pero se ha mantenido, uno de los cambios más notables fue cuando en el año de 2012, Instagram fue comprado por

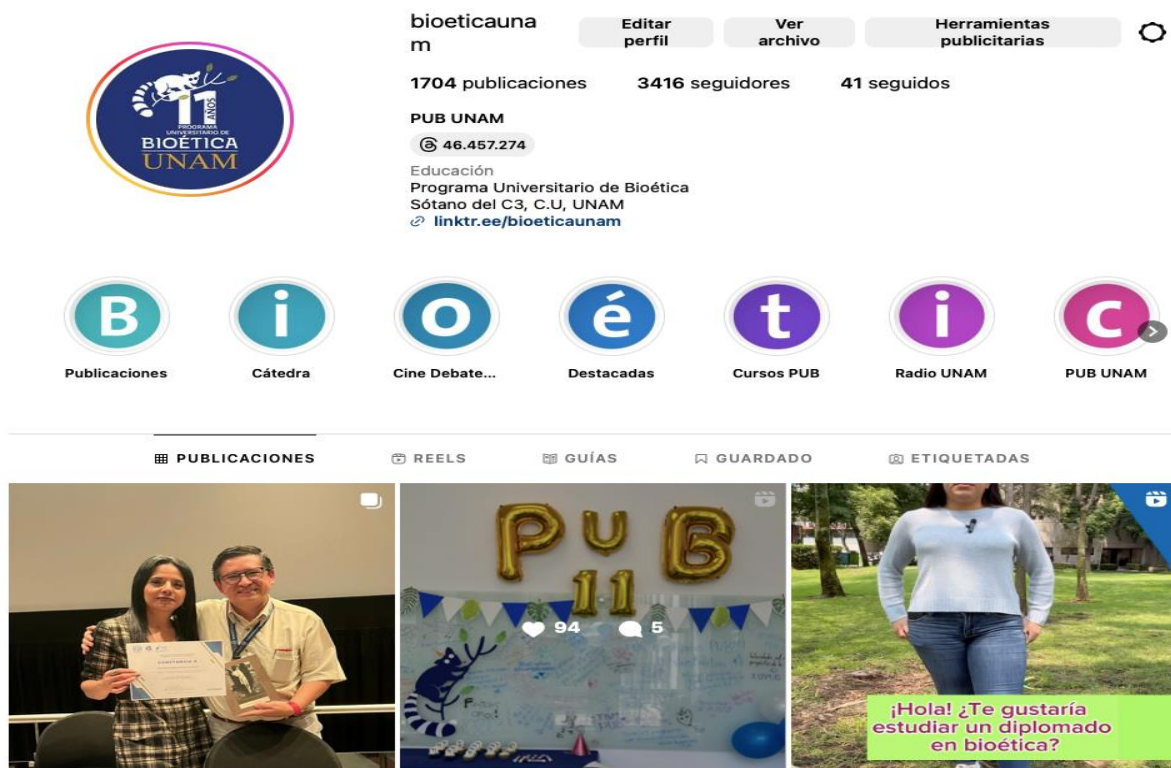
el multimillonario y dueño de Facebook Marck Zuckerberg una operación de aproximadamente, mil millones de dólares” (Pozzi, 2012).

Esta compra sin duda alguna fue un parteaguas en la historia de Instagram ya que permitió la integración de todas las funciones de Instagram como se tenían a esta ese momento, pero ahora con la infraestructura de Facebook, lo que desde luego ocasionó una expansión inminente y facilitó su llegada a más personas alrededor del mundo.

Otro cambio que también potenció la visualización de Instagram fue la introducción de las llamadas "Instagram Stories" en el año de 2016 (Lang, 2023) y la plataforma de compras en línea (Instagram Shopping) en 2018 (Pozzi, 2012) fueron cambios muy significativos, pero sobre todo muy importantes en la evolución de la plataforma, ya que proporcionaron nuevas formas de interactuar y comercializar productos y servicios. Instagram es una red social que como ya vimos ha experimentado un gran número de cambios lo que ha permitido su crecimiento constante en su base de usuarios desde su lanzamiento. “En el año de 2021, la plataforma contaba con más de mil millones de usuarios activos mensuales” (Fernandez, 2023).

La importancia de Instagram en las estrategias de comunicación en redes sociales es muy importante. “La capacidad que posee para conectar con audiencias diversas, desde muy jóvenes hasta adultos mayores y geográficamente dispersas ha llevado a que las empresas y organizaciones utilicen la plataforma como una herramienta central en sus estrategias de marketing” (Station, 2020).

En el contexto del Programa Universitario de Bioética de la UNAM, Instagram ha demostrado ser un medio efectivo para alcanzar nuestros objetivos de comunicación y difusión. Hemos utilizado la red social de Instagram para compartir contenido sobre investigaciones, para organizar coloquios, conferencias virtuales y fomentar la participación, de la comunidad académica y el público en general en torno a cuestiones éticas relevantes.



Tomado de <https://www.instagram.com/bioeticaunam/?next=%2F>

En el Programa Universitario de Bioética de la UNAM, Instagram ha sido una herramienta invaluable para promover nuestra misión de conciencia ética y participación en la sociedad.

En el Instagram,⁵ del Programa Universitario de Bioética de la UNAM, hemos creado contenido visualmente atractivo, además de compartir imágenes relacionadas con la bioética, infografías, citas inspiradoras y eventos. También hemos utilizado las historias de Instagram para compartir momentos destacados de conferencias, talleres y otras actividades.

El contenido de Instagram desempeña un papel fundamental en cualquier estrategia de redes sociales debido a una serie de motivos esenciales. Esta plataforma se ha consolidado como un espacio predilecto para la comunicación visual, atrayendo especialmente a una audiencia joven y comprometida. La habilidad de Instagram para presentar productos y servicios de manera creativa a través de imágenes y videos lo convierte en un escaparate virtual idóneo para las marcas.

La característica distintiva de Instagram radica en su capacidad para fomentar la interacción directa entre las marcas y sus seguidores. Con funciones como Likes, comentarios y mensajes directos, se establece una conexión más cercana y personalizada. Además, las historias de Instagram ofrecen una vía efectiva para compartir contenido efímero, promociones exclusivas y momentos auténticos detrás de escena, generando un sentido de urgencia y autenticidad.

En el ámbito de la publicidad, Instagram brilla por su capacidad de segmentación precisa. Esto permite a las marcas dirigirse con precisión a su público objetivo, asegurando que sus mensajes lleguen a las personas adecuadas. El uso estratégico de hashtags potencia aún más la visibilidad del contenido, al categorizarlo y hacer

⁵ Perfil de Instagram del PUB: [PUB UNAM \(@bioeticaunam\)](#) • [Fotos y videos de Instagram](#)

que sea más accesible para los usuarios interesados. La función de búsqueda de Instagram facilita aún más la tarea de descubrir contenido nuevo, lo que resulta crucial en una era digital donde la atención es un recurso valioso.

La plataforma no se limita a proporcionar una base sólida para la creación y distribución de contenido; también ofrece herramientas analíticas avanzadas. Las métricas detalladas que Instagram proporciona permiten a las marcas evaluar el rendimiento de sus publicaciones y campañas, brindando información valiosa para la toma de decisiones estratégicas.

En nuestro caso, la presencia en Instagram no solo es relevante, sino que se ha convertido en una necesidad importante en nuestro ecosistema digital. A medida que esta plataforma sigue evolucionando, hay algunas tendencias y características adicionales que analizamos y ponemos más énfasis en su desarrollo. Al utilizar estratégicamente esta plataforma, hemos logrado llegar a una audiencia global interesada en cuestiones éticas y bioéticas. La interacción activa con nuestra comunidad en Instagram ha permitido no solo difundir conocimiento sino también fomentar debates significativos y promover la reflexión crítica sobre temas cruciales.

Reels: Los "Reels" en Instagram se lanzaron en agosto de 2020 para competir con la popularidad red social de TikTok, una plataforma de redes sociales centrada en videos cortos y creativos. Los Reels permiten crear videos breves, en los cuales pueden agregar música, efectos especiales, texto y realizar una variedad de ediciones para crear contenido entretenido y atractivo.

La introducción de los Reels (Instagram, 2023), (videos cortos y creativos similares a TikTok), como mencioné con anterioridad nos ofreció una oportunidad adicional para captar la atención de la audiencia a través de contenido entretenido y más visual.

Tal es el caso de este Reel, dónde hacemos una invitación para la inscripción a un curso; si bien antes se realizaban las invitaciones con imágenes fijas, el poder de los Reels, es mucho mayor, ya que nos brinda la posibilidad de en pocos segundos o minutos, dar a conocer un tema, explicarlo y hasta mandar saludos, algo que no sucedía con la imagen fija, dichos formatos fomentan la creatividad y brindan a los usuarios la capacidad de ser más creativos e interactuar con nuestro contenido.

Los Reels está demostrado que poseen mayor alcance lo que significa que estos videos pueden llegar a una audiencia más amplia que otras publicaciones como carruseles o imágenes fijas, además, los Reels pueden aparecer en la sección "Explorar" de Instagram, lo que aumenta aún más su visibilidad.



Tomado de <https://www.instagram.com/reel/CxHfqmQMJ2T/?next=%2F>

YouTube

YouTube es una plataforma en línea que resguarda videos y que brinda la oportunidad a individuos y compañías de todo el planeta para descubrir, disfrutar y compartir una amplia gama de videos de diversos temas. Además, en este espacio virtual, los usuarios pueden intercambiar conocimientos e innovar en la creación de contenido exclusivo.” YouTube se erige como una plataforma en línea que exhibe el contenido audiovisual creado por sus usuarios para el público global que accede a ella” (Peña, 2019).

YouTube nace en el año de 2005, fundada por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim. Se convirtió rápidamente en un fenómeno cultural con un impacto duradero en la forma en que las personas consumen y producen medios en la era digital.

Este proyecto surgió de la visión de tres visionarios emprendedores, ex empleados de PayPal, quienes reconocieron el potencial de una plataforma de video abierta y accesible para el público en general.

“La primera grabación publicada, titulada "Me at the zoo", realizada por Jawed Karim el 23 de abril de 2005” (Pardos, 2023) se ha convertido en un hito icónico que marca el comienzo de una nueva era en la narración visual y la comunicación a través de Internet. YouTube evolucionó desde sus comienzos hasta convertirse en una plataforma de medios de comunicación global que hoy en día es muy importante.

El crecimiento de YouTube fue exponencial desde sus primeros días. “La plataforma permitió a los usuarios cargar, compartir y comentar videos de una manera que antes no había sido posible. La participación de los usuarios fue un factor clave en el éxito de YouTube” (Rufí, 2019). Su interfaz sencilla y amigable de facilitó que cualquier persona, sin importar su experiencia técnica, pudiera subir y ver videos en línea. Además, “la capacidad de compartir fácilmente enlaces a videos en redes sociales y sitios web hizo que la plataforma se difundiera rápidamente. Este enfoque centrado en la participación del usuario desempeñó un papel fundamental en su éxito inicial, como se destacó en el estudio” (Rufí, 2019).

“La adquisición de YouTube por Google en noviembre de 2006 por 1.65 mil millones de dólares fue un momento crucial en su historia” (Leskin, 2020). Esta adquisición

brindó recursos adicionales y una plataforma de distribución aún más amplia, lo que ayudó a YouTube a consolidar su posición como líder en el mercado de videos en línea. Además, Google pudo aprovechar el inmenso potencial de publicidad en línea de YouTube, lo que se tradujo en una fuente significativa de ingresos.

El crecimiento constante de YouTube ha hecho que también evolucione su contenido. Al comienzo de esta plataforma solo se utilizaba por fanáticos para subir videos caseros con contenido hecho por ellos mismos sin mucha edición, pero con el paso de los años YouTube se transformó en un espacio que acogía a creadores de contenido profesional y una amplia variedad de géneros, que iban desde tutoriales hasta blogs y documentales, como se detalla en el estudio.

“El impacto de YouTube en la cultura y la sociedad ha sido profundo y diverso. La plataforma ha cambiado la realidad de muchos individuos y comunidades al proporcionar un medio para compartir sus voces y perspectivas de manera global” (Torres-Toukoumidis, 2020).

Esto ha llevado a la aparición de nuevas celebridades los denominados Youtubers⁶ líderes de opinión que dentro de la plataforma tienen un alcance masivo.

YouTube también ha cambiado la forma en que consumimos entretenimiento, noticias y educación. “Los consumidores ahora pueden acceder a una amplia gama de contenidos diversos, lo que ha llevado a cambios en los hábitos de visualización y a una mayor fragmentación de la audiencia” (Rufí, 2019). Además, YouTube ha

⁶ Así se denominan al grupo de personas que se vuelven unos referentes de una cultura digital adolescente: consultado en: <https://www.redalyc.org/journal/158/15856696012/15856696012.pdf>

tenido un papel en la difusión de noticias y eventos en tiempo real, convirtiéndose en una fuente importante de información para millones de personas.

En el ámbito educativo, YouTube ha proporcionado una plataforma para el aprendizaje en línea, facilitando a personas comunes y corrientes, maestros, y alumnos el acceso a miles de tutoriales, cursos y videos educativos, así como videos de entretenimiento.

En YouTube, nosotros como Programa hemos aprovechado esta plataforma para subir videos con contenido educativo y conferencias completas.

Nuestro canal tiene aproximadamente 4 años, se denomina “Programa Universitario de Bioética” (Bioética, Programa Universitario de Bioética, 2023) y actualmente cuenta con más de 3,000 suscriptores, y alrededor de 183,154 vistas. Durante este tiempo hemos subido alrededor de 450 videos, entre transmisiones en vivo, entrevistas, y campañas de concientización.

La creación de un canal de YouTube en mayo de 2020 para el Programa Universitario de Bioética ha sido muy importante en nuestra estrategia de comunicación y presencia en redes sociales, ya que desde su creación, YouTube ha desempeñado un papel fundamental en la difusión de nuestros eventos, ya que nuestra comunidad no siempre tiene la posibilidad de seguir en vivo las transmisiones, pero con la posibilidad de poder alojar cada sesión en YouTube se vuelve más sencillo después ver o sintonizar algún evento atrasado.



Programa Universitario de Bioética UNAM

@programauniversitariodebio293 3,04 K suscriptores 452 videos

Suscrito

"Este canal tiene como finalidad la difusión de algunas de las actividades ... >

facebook.com/pubUNAM y 2 enlaces más

INICIO

VÍDEOS

SHORTS

EN DIRECTO

LISTAS

COMUNIDAD

CANALES

INFORMACIÓN >

Más recientes

Populares

Más antiguos



Cátedra Extraordinaria de Bioética de la FFyL. "La zooética desde la..."

180 visualizaciones
• Emitido hace 2 horas



Cátedra Extraordinaria de Bioética de la FFyL. "La bioética en el..."

278 visualizaciones • Emitido hace 7 días



Conferencia: "Dilemas Éticos y Morales en la Psiquiatría, Visión..."

299 visualizaciones
• Emitido hace 11 días



Cátedra Extraordinaria de Bioética de la FFyL. "Bioética, justicia..."

266 visualizaciones
• Emitido hace 2 semanas

Véase en <https://www.youtube.com/@programauniversitariodebio293/streams>

YouTube es una plataforma sumamente efectiva para difundir contenidos educativos y de sensibilización sobre la bioética. A través de videos en vivo, entrevistas pre-grabadas o campañas como la de "Bioética para niñas y niños" (Bioética, YouTube Bioética UNAM, 2023) hemos tenido la posibilidad de llegar a una audiencia global interesada en temas bioéticos. Esto ha permitido que nuestro programa alcance a estudiantes, profesionales de la salud, investigadores y el público en general, contribuyendo así a la promoción de una reflexión ética más profunda en estas áreas.

La campaña de “Bioética para niñas y niños” buscaba acercar la bioética a las y los niños de forma que pudiesen comprender mediante videos cortos situaciones normales que suceden en un día común en sus vidas.



El crecimiento de nuestro canal de YouTube ha sido notorio desde su creación. Hemos confirmado un aumento constante en el número de suscriptores y visualizaciones, lo que refleja un interés enorme de nuestros suscriptores y usuarios en los temas que abordamos durante nuestros eventos. Este crecimiento no solo ha ayudado a expandir nuestra comunidad en línea, sino que también ha fortalecido la visibilidad de nuestro programa, logrando visualizaciones por encima de otras redes sociales.

Otro desafío ha sido la interacción, la cual, en un principio fue muy difícil, ya que nuestros públicos son muy específicos, con la difusión de nuestro canal, los shorts y transmisiones en vivo hemos podido hacer crecer nuestra comunidad poco a poco.

Si bien YouTube ofrece una plataforma valiosa para el diálogo con la audiencia, también conlleva la responsabilidad de moderar los comentarios y fomentar un ambiente de discusión respetuosa y constructiva, en este escenario fue dónde mi labor fue sustancial, al moderar al público de comentarios altisonantes, groserías y faltas de respeto a usuarios y ponentes durante varias transmisiones en vivo.

La realización y edición de videos ha sido una parte importante de mi labor, durante estos años que lleva funcionando el canal, he realizado y editado más de 50 videos, los cuáles han sido en su mayoría para promocionar nuestros cursos o eventos.

Cabe destacar que cada video debe cumplir con características específicas para poder ser considerado, siempre asegurando una calidad visual y de sonido adecuada para ofrecer un contenido atractivo y de valor a nuestros usuarios.

YouTube ha desempeñado un papel esencial en la estrategia de comunicación y redes sociales del Programa Universitario de Bioética desde su creación en mayo de 2020. Ha permitido la difusión de contenidos educativos y éticos a nivel global, ha contribuido al crecimiento de nuestra comunidad en línea y nos ha desafiado a mantener un alto estándar de calidad y compromiso con nuestra audiencia. A medida que continuamos avanzando, YouTube seguirá siendo un pilar fundamental en nuestra misión de promover la reflexión ética en el campo de la bioética.

TikTok

TikTok es hoy por hoy una de las aplicaciones más populares de videos cortos, ha transformado la manera en que las personas consumen y producen contenido en línea. A través de esta plataforma o red social, millones de usuarios en todo el

mundo han encontrado una vía para expresar su creatividad e interactuar con una audiencia global.

La transformación de la comunicación y el consumo de contenido en línea, impulsada por las redes sociales, ha llevado a la aparición de TikTok como un fenómeno global. “TikTok es una red social encargada de producir y compartir videoclips, usando la cámara delantera del móvil, con duración máxima 3 minutos y usando distintos filtros para poder mejorar la calidad de estos” (Belda, 2021). Además, destaca por la opción de sincronizar los vídeos con una canción en concreto, da una oportunidad a estos vídeos para que sean más artísticos y atractivos.

Su historia se remonta al 2017, donde ByteDance crea la marca TikTok para comercializar Douyin en el resto de los países del mundo. Esta acción se produjo casi simultáneamente con la decisión de ByteDance de adquirir Musica.ly, una red social centrada en la creación de vídeos musicales. “En agosto de 2018, las dos aplicaciones se fusionaron oficialmente, con sus usuarios y contenidos integrados en la misma plataforma bajo el nombre de “TikTok”, convirtiéndose en un importante producto de vídeo social en el mercado móvil global” (Belda, 2021).

La aplicación permite la creación y compartición de videos cortos, generalmente de 15 a 60 segundos, con una variedad de efectos y herramientas de edición.

Según Sensor Tower, en 2022, TikTok superó los 3 mil millones de descargas a nivel mundial, atribuyendo su éxito a su interfaz intuitiva y su capacidad para adaptarse a las tendencias en constante cambio.

La plataforma opera mediante un algoritmo de recomendación avanzado que analiza el comportamiento del usuario para ofrecer un contenido personalizado. La inteligencia artificial se emplea para comprender las preferencias del usuario y sugerir videos que se alineen con sus intereses, contribuyendo a la retención de usuarios. TikTok facilita la colaboración mediante funciones como los duetos y las colaboraciones en tiempo real, fomentando la conexión entre usuarios y creando una comunidad dinámica.

Esta red social ha emergido como una herramienta potente en estrategias de marketing digital y campañas de redes sociales. Su formato de videos cortos y la capacidad para generar contenido altamente compartible la convierten en un medio efectivo para llegar a audiencias masivas. Marcas y creadores utilizan TikTok para promocionar productos y servicios, capitalizando la creatividad y autenticidad que la plataforma fomenta.

Los datos sobre descargas y popularidad de TikTok se obtuvieron de la consultora Sensor Tower, líder en estadísticas de aplicaciones móviles.

La base del éxito inicial de TikTok estuvo en su habilidad para atraer a los más jóvenes, una audiencia que valoraba la rapidez y la diversión en línea

TikTok se ha destacado por varias características distintivas que han contribuido a su popularidad:

Contenido en Formato Breve: Los videos en TikTok suelen ser breves, aunque actualmente puedes hacer videos más largos. Esta brevedad se adapta a la atención limitada de la audiencia actual y promueve la generación de contenido ágil.

Herramientas de Edición Creativas: TikTok ofrece una amplia gama de herramientas de edición que permiten a los usuarios agregar efectos especiales, texto, música y transiciones a sus videos. Estas herramientas son accesibles y fáciles de usar, lo que hace que la creación de contenido sea divertida y atractiva para todos.

Algoritmo de Recomendación Avanzado: “El algoritmo de TikTok analiza el comportamiento del usuario, como las interacciones y el tiempo de visualización, para recomendar contenido personalizado en el feed principal” (Hootsuite, 2023). Este enfoque ha mantenido a los usuarios comprometidos y ha impulsado la viralidad de ciertos videos.

Sonido y Música Integrados: TikTok permite a los usuarios incorporar fragmentos de canciones populares y sonidos en sus videos. Esto ha llevado a la creación de desafíos y tendencias virales basados en la música, lo que ha atraído a la comunidad y ha aumentado la participación.

Impacto Cultural y Social

TikTok está dejando una huella profunda en la cultura digital y en la forma en que las personas interactúan con la tecnología. “Esta red social ha democratizado la creación de contenido, permitiendo que personas de diferentes orígenes, lugares, etnias y habilidades para expresarse creativamente y llegar a una audiencia global” (Sánchez, 2021).

Los desafíos virales, los bailes populares y las tendencias de sonido se han convertido en parte integral de la cultura popular, influyendo en la música, la moda el lenguaje. TikTok en nuestro caso ha tenido un impacto especialmente significativo

sobre todo porque desde la creación de nuestro perfil fue pensado para llegar a un grupo especialmente importante para nosotros, las y los jóvenes.

El perfil de TikTok fue creado y lanzado al público el 24 de marzo de 2022 y desde entonces hemos subido 52 videos, contamos con 283 seguidores y 1878 me gusta, cabe destacar que nuestro contenido es 100% orgánico y no se paga absolutamente nada de pauta.



Tomado de: [PUB UNAM \(@bioeticaunam\) | TikTok](#)

Usar TikTok en una nuestra estrategia de redes sociales ha sido de gran utilidad ya que como mencione con anterioridad nuestro público meta ha sido actualmente las y los jóvenes que son los que más utilizan esta red social.

TikTok actualmente representa un fenómeno fascinante en la evolución de las plataformas de redes sociales y la cultura digital. Su éxito radica en su capacidad para captar la atención de los usuarios con videos breves y atractivos, adaptados a sus intereses. Nuestro perfil específicamente ha tenido un impacto cultural significativo, especialmente entre las juventudes, ya que nuestros temas que les brindamos aportan a su conocimiento, influyendo así en su modo de entender el mundo a través de la bioética.



Véase en [PUB UNAM \(@bioeticaunam\) | TikTok](https://www.tiktok.com/@bioeticaunam)

Hemos creado videos cortos y dinámicos que abordan temas de bioética de manera dinámica, utilizando tendencias y formatos populares para captar la atención de los usuarios, cambiando así la forma en que las personas consumen contenido.

A diferencia de otras plataformas, TikTok no requiere una inversión de tiempo significativa para recibir una experiencia completa. El formato de videos cortos permite a los usuarios explorar rápidamente una amplia variedad de contenido y decidir en segundos si desean interactuar con él, lo que ha establecido un nuevo estándar para la atención en línea.

Capítulo 3

Desarrollo de la experiencia profesional

Esta experiencia profesional ha sido no solo un periodo de desarrollo profesional, sino que también ha sido un viaje muy enriquecedor que ha cambiado mi vida completamente, ha moldeado mi perspectiva de cómo ver el mundo a través del plano de la Bioética, y sin duda alguna ha contribuido a mi desarrollo profesional como persona. A lo largo de este análisis crítico, me he encontrado con múltiples desafíos y dificultades que me han hecho cada día más fuerte como en alguna ocasión cometí un error ortográfico que repercutió. En un regaño, pero que me ayudó a ser más consciente de lo que escribía y a ser más duro conmigo mismo, desafíos como la pandemia que hicieron sacar lo mejor de mí, adentrándome en un mundo que desconocía, como son las transmisiones en vivo, donde tuve que poner a prueba mis capacidades explorar y buscar soluciones y recursos para implementar y para superar estos desafíos. Sí con el paso de los meses y los días entendí que

mis esfuerzos individuales y en conjunto con mis compañeros de trabajo rindieron frutos y me impactaron tanto a nivel personal como institucional.

Desde el momento en que entré a colaborar al Programa Universitario de Bioética de la UNAM, me di cuenta de que me encontraba ante un tema muy importante y que iba a aprender mucho en muchos temas. La bioética, como disciplina, se caracteriza justo por eso, por su transdisciplina, por su dinamismo y su continua búsqueda por encontrar motivos y razones para ser cada día, mejores seres humanos, relacionarnos de mejor forma con la naturaleza y los demás seres sintientes. Mi compromiso con el Programa me impulsó a mantenerme actualizado en todo momento, asistiendo a conferencias, seminarios y talleres que me permitieran comprender y abordar estos desafíos éticos de manera más efectiva.

Sin embargo, la complejidad de los temas éticos en salud no fue el único obstáculo que encontré en mi trayectoria. La colaboración interdisciplinaria, aunque esencial en el campo de la bioética, también presentó sus propios retos. Trabajar en equipo con colegas de diferentes disciplinas a menudo requería la coordinación de opiniones y enfoques diversos para llegar a soluciones éticas efectivas. Esta experiencia me enseñó la importancia de la comunicación efectiva y la empatía, habilidades que se convirtieron en pilares fundamentales en mi desempeño profesional.

Aportes Personales e Institucionales

Uno de los aportes más significativos fue la promoción activa de la bioética, fue un trabajo muy complicado al principio, ya que era un tema que desconocía

completamente, tuve que ser muy respetuoso, precavido y certero para no cometer errores.

La sensibilización de la sociedad sobre temas éticos y bioéticos fue una de las grandes montañas que tuve que pasar, poder explicar temas tan complejos hicieron que leyera yo muchísimo para poder comprender y una vez entendido poder aterrizar esos temas en contenido para nuestros usuarios.

Como parte de mi labor, desarrollé materiales audiovisuales informativos y creativos. Estos videos, presentaciones y documentales no solo tenían como objetivo educar al público en general, sino también facilitar la comprensión de temas éticos complejos como mencioné anteriormente. Estos recursos audiovisuales se convirtieron en herramientas efectivas para transmitir conceptos éticos de manera accesible y atractiva, alcanzando a un público más amplio y diverso.

Esta parrilla no solo facilitó el acceso a recursos de aprendizaje relevantes, sino que también ayudó a estructurar y dirigir nuestro contenido, esta parrilla se realiza mensualmente, con una variedad de temas relacionados con la bioética, siempre basándonos en el momento y tiempo oportuno para generar mayor expectativa, nuestra parrilla incluye temas actuales, avances científicos, eventos y testimonios de expertos en el campo de los temas que trastoca la bioética.

La parrilla de contenido nos asegura una distribución equilibrada, mensual, y sobre todo coherente de nuestro contenido que saldrá en redes sociales, lo que nos da como resultado una mayor visibilidad y un impacto directo de nuestras acciones de difusión.

Estrategias de difusión y divulgación implementadas

En mi papel como encargado de difusión y divulgación del Programa Universitario de Bioética de la UNAM, he desempeñado un papel fundamental en la estrategia de difusión y divulgación para ampliar nuestra visibilidad del Programa. Mi enfoque estratégico abarca desde la identificación precisa de públicos objetivos hasta la evaluación continua del impacto, reflejando un compromiso serio con el éxito de las iniciativas de comunicación.

La identificación cuidadosa de públicos clave es esencial para dirigir eficazmente los esfuerzos de difusión. Además, la creación de mensajes y materiales de comunicación efectivos resulta crucial para transmitir de manera clara y persuasiva la importancia del Programa Universitario de Bioética. La elección meticulosa de canales de difusión garantiza que la información llegue a la audiencia correcta en el momento oportuno.

El análisis de audiencia y evaluaciones de impacto demuestran un enfoque proactivo hacia la mejora continua. La evaluación constante de la efectividad de las acciones de difusión me permite ajustar estrategias para optimizar resultados, asegurando que las iniciativas sigan siendo pertinentes y significativas para la audiencia objetivo.

La elección de los canales de difusión ha sido otro aspecto clave de mi estrategia. La diversificación de estos canales, teniendo en cuenta las particularidades de cada plataforma, garantiza una cobertura más amplia y una conexión más efectiva con audiencias específicas. Esta selección no solo se basa en la popularidad general,

sino en la comprensión profunda de los hábitos de consumo de medios de la audiencia objetivo.

Además, he implementado análisis de audiencia en curso para comprender mejor las dinámicas cambiantes y las preferencias de los receptores de los mensajes. Las evaluaciones de impacto han sido esenciales para medir la eficacia de las estrategias de difusión, proporcionando datos tangibles sobre la penetración y la resonancia de nuestras acciones.

Este enfoque integral hacia la difusión y divulgación no solo se basa en la ejecución de estrategias, sino también en un compromiso constante con la mejora continua. La retroalimentación recopilada a través de análisis y evaluaciones informa ajustes y refinamientos, asegurando la adaptabilidad y la relevancia continua de nuestras iniciativas de comunicación.

Mi labor como encargado de difusión y divulgación se fundamenta en la convicción de que la bioética, como disciplina académica y social, requiere no solo de un contenido robusto, sino también de una estrategia de comunicación efectiva para alcanzar su máximo potencial de impacto y conciencia en la comunidad universitaria y más allá.

En la gestión del Programa Universitario de Bioética de la UNAM, he desarrollado análisis de audiencia que abarcan tanto aspectos cuantitativos como cualitativos. Estos análisis cuantitativos se centran en métricas clave, como la demografía de la audiencia, la participación en redes sociales y la tasa de clics en campañas en línea. Los datos cualitativos, por otro lado, proporcionan perspectivas más profundas

sobre la percepción y comprensión de la bioética por parte de la audiencia, lo que resulta invaluable para ajustar estrategias de comunicación.

Además, he integrado elementos de escucha social en nuestras estrategias, utilizando herramientas especializadas para monitorear conversaciones en línea relacionadas con la bioética y el programa. Esta práctica no solo nos ha permitido evaluar la recepción de nuestras iniciativas, sino también identificar temas emergentes y oportunidades para participar en diálogos relevantes.

La colaboración con expertos en bioética ha sido una estrategia adicional para fortalecer la credibilidad y la autoridad del Programa Universitario de Bioética. La participación de figuras destacadas en la difusión de mensajes clave ha contribuido a amplificar el alcance y la legitimidad de nuestras iniciativas.

Asimismo, he implementado estrategias específicas para optimizar la presencia en plataformas de redes sociales, reconociendo la importancia de adaptar el contenido y el tono según las características distintivas de cada canal. La participación en conversaciones relevantes, la publicación de contenido multimedia atractivo y la respuesta proactiva a comentarios y preguntas han sido elementos esenciales para cultivar una comunidad en línea comprometida.

En términos de evaluación de impacto, he empleado encuestas y análisis de retroalimentación para medir la percepción y la comprensión de la audiencia sobre la bioética y el Programa Universitario. La retroalimentación directa de los participantes en eventos y campañas ha sido especialmente valiosa para ajustar las estrategias de comunicación en tiempo real.

Gestión de redes sociales

Como responsable de las redes sociales del Programa, he desarrollado una estrategia integral para maximizar su alcance y engagement. Esto implica la gestión y actualización regular de perfiles en plataformas como Facebook, X, Instagram, YouTube y TikTok. Además de la publicación de contenido relevante y atractivo, he utilizado técnicas de segmentación y análisis de datos para optimizar el rendimiento de nuestras publicaciones para aumentar la interacción con los seguidores.

La responsabilidad de mantener perfiles actualizados y coherentes ha sido prioritaria en mi gestión. Esto incluye la optimización de la identidad visual, la voz y el mensaje del Programa Universitario de Bioética en cada plataforma digital, asegurando una presentación uniforme y alineada con los objetivos estratégicos de la institución.

En términos de contenido, mi enfoque se centra en la diversificación y adaptación a las particularidades de cada plataforma. Desde la producción de videos educativos en YouTube hasta la publicación de imágenes agradables en Instagram, y la creación de contenido breve y atractivo en TikTok, he buscado optimizar la efectividad de nuestras comunicaciones en línea.

La segmentación de la audiencia y el análisis de datos han sido elementos cruciales en mi estrategia.

Utilizo herramientas avanzadas para comprender a fondo las características demográficas y los comportamientos en línea de nuestra audiencia, permitiéndome ajustar continuamente la estrategia para maximizar el impacto.

En mi función, he asumido la responsabilidad de mantener una presencia digital coherente y actualizada en plataformas clave, lo que implica una gestión constante y meticulosa de perfiles en redes sociales. La alineación de la identidad visual y el tono de comunicación en cada plataforma es crucial para asegurar una presentación uniforme y profesional del Programa Universitario de Bioética. Programa

La planificación de campañas específicas ha sido un componente clave de mi estrategia. La identificación de eventos relevantes, fechas conmemorativas o tendencias específicas en bioética me ha permitido diseñar campañas temáticas que capturan la atención de la audiencia y refuerzan la presencia del Programa Universitario de Bioética en conversaciones importantes.

La innovación constante en la gestión de redes sociales implica estar al tanto de las últimas tendencias y funcionalidades. La exploración de nuevas características en las plataformas digitales y la experimentación con formatos de contenido emergentes son prácticas que he incorporado para mantener nuestra presencia en línea fresca y atractiva.

Producción de fotografía y video

Debido al alto avance de actividades realizadas en el Programa, y como parte de la estrategia de difusión del Programa me he especializado también en el levantamiento fotográfico y la edición de video, además de mis múltiples actividades. He desempeñado toma de fotografías para eventos como coloquios, diplomados, gaceta PUB, y demás actividades.

Puedo destacar la toma de fotografía bimestral para la Gaceta del Programa, la cual incluye de 6 a 15 imágenes por mes.

La presencia activa en plataformas digitales se ha vuelto esencial para la promoción de programas académicos, en este sentido, he enfocado mis esfuerzos en la especialización de la captura de imágenes y la edición de videos, integrándolos como elementos clave en la estrategia comunicativa del programa. Este enfoque estratégico no solo ha reforzado su visibilidad en el ámbito digital, sino que también ha contribuido significativamente a la creación de una identidad visual sólida y atractiva en las redes sociales.

Documentar y compartir momentos destacados en eventos académicos como coloquios y diplomados es esencial para reflejar el compromiso y la excelencia del Programa Universitario de Bioética. La creación de contenido visual atractivo no solo resalta la calidad de los eventos, sino que también se erige como un medio poderoso para comunicar los valores fundamentales del programa, como la ética, la responsabilidad social y el compromiso con la excelencia académica.

La captura bimestral de fotografías para la Gaceta del Programa es una tarea crucial que merece especial atención. Este medio no solo sirve como un archivo documental, sino que también desempeña un papel clave en la difusión de las actividades a la comunidad académica y al público en general. La inclusión regular de imágenes en la Gaceta proporciona una visión visual de las diversas iniciativas, logros y participaciones del Programa, consolidando su presencia en la esfera académica.

La importancia de la captura de imágenes y videos en el Programa Universitario de Bioética reside en su capacidad para generar un impacto emocional y visual más allá del alcance de las palabras. La imagen tiene el poder de transmitir experiencias,

emociones y valores de manera inmediata y poderosa. Al documentar momentos clave, se crea un archivo visual que no solo registra el pasado, sino que también inspira y motiva a la comunidad académica a participar activamente en futuras iniciativas.

Además, la edición de videos ha emergido como una herramienta esencial para crear contenido dinámico y atractivo compartible en diversas plataformas. Estos videos no solo capturan la atención del espectador, sino que también permiten contar historias de manera más completa y envolvente. Esta narrativa visual contribuye a la construcción de una identidad coherente y memorable del Programa Universitario de Bioética en el entorno digital.

La captura de imágenes y la edición de videos no son simples complementos en la estrategia de comunicación del Programa Universitario de Bioética, sino elementos esenciales que fortalecen su presencia en redes sociales y potencian su impacto comunicativo. Estas prácticas no solo documentan eventos, sino que también construyen una narrativa visual que comunica de manera efectiva los valores y logros del programa, consolidando su posición en la esfera académica y generando un impacto duradero en la comunidad.



GACETA
PUB

ÓRGANO INFORMATIVO OFICIAL DEL
PROGRAMA UNIVERSITARIO DE BIOÉTICA
Ciudad Universitaria. Publicación bimestral.
NOVIEMBRE-DICIEMBRE de 2023. AÑO
VI, NÚMERO 32 ISSN: 2683-3085

REPRODUCCIÓN HUMANA

¿QUÉ PROBLEMAS BIOÉTICOS IMPLICA?

Portada de Josselyn Vargas

#EstoEsBioética

bioetica.unam.mx



RECTOR
Doctor Leonardo Lomell Vanegas

SECRETARIA GENERAL
Doctora Patricia Dolores Dávila Aranda

COORDINADORA DE HUMANIDADES
Doctora Guadalupe Valencia García

DIRECTORA
Doctora Jennifer Hincapie Sanchez

SECRETARIA TÉCNICA Y RESPONSABLE DE PUBLICACIONES
Maestra Blanca Rocío Muciño Ramírez

ASISTENTE EDITORIAL
Mónica Díaz Torres

FOTOGRAFÍA
David Cifuentes García

CORRECCIÓN DE ESTILO
Ella García

Gaceta PUB

Gaceta PUB, año VI, número 32, noviembre-diciembre de 2023, difusión vía red de cómputo, bimestral, editada por la Universidad Nacional Autónoma de México, avenida Universidad 3000, Ciudad Universitaria, alcaldía de Coyoacán, C.P. 04510, Ciudad de México, México, a través del área de Gestión y Edición de Publicaciones del IUA, sótano del Centro de Investigación en Políticas, Población y Salud (CIPPS), adjunto al edificio del Centro de Ciencias de la Complejidad (C3), Ciudad Universitaria, alcaldía de Coyoacán, C.P. 04510, Ciudad de México, México. Teléfono 5622-6666, correo electrónico: <gacetapub@gmail.com>, página web: <www.bioetica.unam.mx>. Editora responsable: maestra Blanca Rocío Muciño Ramírez, teléfono 5622-6666, extensión: 82437, correo electrónico: <publicacionespub@unam.mx>.

ISSN: 2683-3085 y número de Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo de Título: 04-2021-0527191074400-203, otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este número: Francisco Javier Hernández Tirado, encargado de cómputo del Programa Universitario de Bioética, sótano del Centro de Investigación en Políticas, Población y Salud (CIPPS), adjunto al edificio del Centro de Ciencias de la Complejidad (C3), Ciudad Universitaria, alcaldía Coyoacán, C.P. 04510, Ciudad de México, México. Fecha de última modificación: 19 de junio de 2023.

Distribución gratuita realizada por el IUA, sótano del CIPPS, adjunto al edificio C3, Ciudad Universitaria, alcaldía de Coyoacán, C.P. 04510, Ciudad de México, México. Los artículos contenidos en esta publicación no necesariamente reflejan los criterios del IUA y son producto del trabajo periodístico; reproducen las opiniones expresadas por los entrevistados, ponentes, académicos, investigadores, alumnos y funcionarios. La Gaceta PUB permite la reproducción parcial o total de los textos e imágenes publicados, sin fines de lucro y citando la fuente. Ejemplar gratuito, prohibida su venta.

SUMARIO

cursosPUB

Lanzamos seis cursos autogestivos:
Programa de Capacitación para
Comités de Ética y Bioética, UNAM 2023 02

investigaciónPUB

Realicemos investigación consciente:
doctora Beatriz Vanda 04
Las ciencias de la complejidad:
"Complejo no quiere decir complicado" 15

actividadesPUB

Hubo feria en Universum; un momento
de reflexión para las ciencias y humanidades 05

conferencia magistralPUB

¿Qué problemas bioéticos
implica la reproducción humana? 08

actividadesUNAM

¡Feliz cumpleaños, REPSA! 10

10 en Humanidades: ciencias sociales
para la comunidad 13

Publicaciones

La bioética como una herramienta de diálogo
congruente: *Marea verde y el derecho al aborto* 12

Participación en transmisiones en vivo

Actualmente las redes sociales se han convertido en una herramienta esencial para la promoción y crecimiento de las instituciones tanto de nivel medio superior como de nivel superior. Entre las numerosas estrategias que se pueden emplear destacan las transmisiones en vivo, las transmisiones en vivo en plataformas como Facebook, YouTube e Instagram destacan como una poderosa herramienta para potenciar la presencia en el mundo digital y fortalecer nuestros vínculos con los seguidores.

Las transmisiones en vivo nos ofrecen una oportunidad única para mostrar nuestros eventos a personas que no pueden asistir de manera presencial. Al realizar este tipo de transmisiones en tiempo real, las audiencias se sienten escuchadas y tienen acceso directo y exclusivo a nuestros cursos, cátedras, magistrales y demás actividades que ofrecemos mes con mes a nuestra comunidad.

Tal es el caso de la Catedra Extraordinaria de Bioética que se transmite cada martes en punto de las 16:00 horas por nuestro canal de YouTube y por Facebook Live.

Antecedentes del surgimiento de la Bioética

- ❖ ¿Con qué criterio asignar las máquinas de **hemodiálisis** a los pacientes con insuficiencia renal crónica?
- ❖ Las cirugías oncológicas (**amputaciones extensas**).
- ❖ Los **trasplantes** de órganos y ¿cómo definir el momento de la muerte clínica?

DR. BEATRIZ VANDA CANTÓN
FMVZ, UNAM

Programa Universitario de Bioética transmitió en vivo.
Publicado por David Cifuentes · 30 de octubre a las 11:01 ·

"Comités internos para el cuidado y uso de animales de laboratorio".
Segunda sesión del seminario del grupo: "Comités internos para el cuidado y uso de animales de laboratorio".
📍 Dra. Beatriz Vanda Cantón de la FMVZ de la UNAM.

Ver menos
71 likes · 30 comentarios · 824 vistas

Ver más estadísticas de videos

Me gusta · Comentar · Compartir

Comentarios Ocultar
Más relevantes

Comentario fijado

Programa Universitario de Bioética · 9:00
Segunda sesión del seminario del grupo: "Comités internos para el cuidado y uso de animales de laboratorio".
📍 Dra. Beatriz Vanda Cantón de la FMVZ de la UNAM.

3 sem · Me gusta · Responder · Desfijar

Programa Universitario de Bioética
Saludos a quienes se van integrando a la sesión de hoy.

Durante estas transmisiones, he moderado sesiones de preguntas y respuestas, he entrevistado a expertos en bioética y he facilitado la participación de la audiencia, generando así un diálogo abierto y en tiempo real, compartiendo formularios de registro para asistencias, se contestan preguntas de la comunidad, se realizan encuestas y además se hacen promociones de nuestros eventos.

Este acercamiento entre usuarios e investigadores crea una conexión más profunda y duradera con los seguidores, estableciendo un crecimiento y un alcance mayor en las interacciones. La interacción en tiempo real durante las transmisiones en vivo va más allá de los simples "me gusta" y comentarios o preguntas, expresar sus opiniones y sentirse escuchados nos da pie a crear un entorno y una experiencia compartida. Este alto nivel de engagement no solo fortalece la relación entre el Programa y nuestros seguidores, sino que también aumenta la visibilidad de la transmisión, ya que las plataformas tienden a priorizar contenido en vivo en sus algoritmos.



CONFERENCIA MAGISTRAL

DILEMAS ÉTICOS Y MORALES EN LA PSQUIATRÍA, VISIÓN DESDE LA SALUD MENTAL FORENSE

Dr. Nicolás Iván Martínez López

Programa Universitario de Bioética transmisión en vivo. Publicado por David Cifuentes · 8 de septiembre ·

"Dilemas Éticos y Morales en la Psiquiatría, Visión desde la... Ver más

Conferencia Magistral: "Dilemas Éticos y Morales en la Psiquiatría, Visión desde la Salud Mental For... Ver más

121 77 1,8 mil

Ver más estadísticas de videos

Me gusta Comentar Compartir

Comentarios Ocultar

Más relevantes

Programa Universitario de Bioética · 1:25:58

Formulario de registro para obtener una constancia con valor curricular: <https://cult.ly/9wzFDWz8>

FORMS OFFICE.CC Fill | Registro de asistencia...

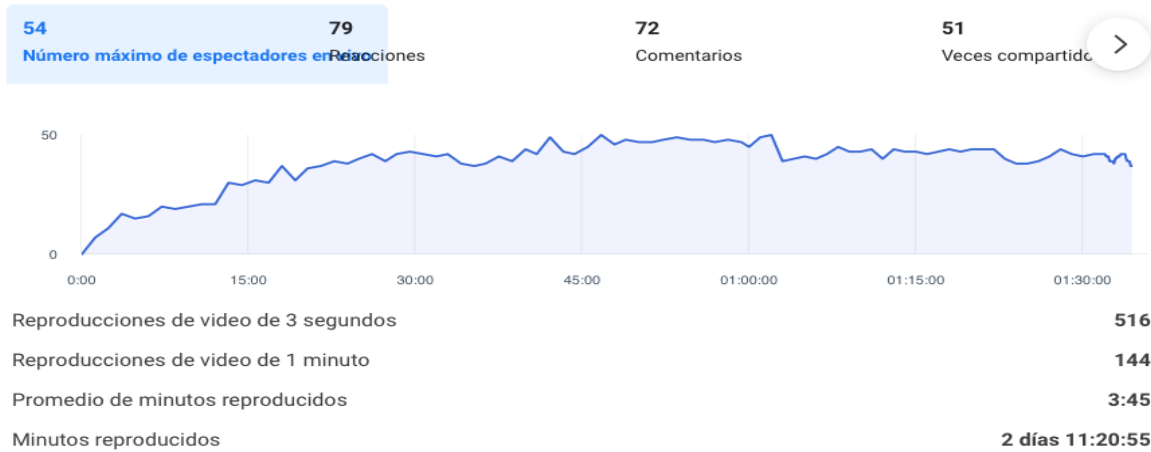
Programa Universitario de Bioética · 1:21:06

En twitter pueden encontrar al Dr. como @dimaln y en Facebook como Nicolás Martínez.

La Conferencia Magistral "Dilemas éticos y morales en psiquiatría, visión desde la salud mental forense" del Dr. Nicolás Iván Martínez López fue una de las transmisiones en vivo del último año que mayor interacción ha tenido.

Resumen de la transmisión en vivo

Rendimiento de tu transmisión en vivo de 01:34:33.



1,9 mil reproducciones | 516 reproducciones por 3 segundos

72 comentarios | 6,1 mil, total de personas alcanzadas

399 de interacción | 51 veces compartidas

Actividad de espectadores

Rendimiento de tu publicación desde que se publicó.

Total ▼ ⓘ



Las transmisiones en vivo son una herramienta efectiva para construir comunidades en línea. Al crear contenido que es del interés de nuestra comunidad podemos reunir personas con gustos e ideas afines logrando así tener bastas comunidades dentro de nuestras plataformas digitales. Estas comunidades no solo se forman o convergen a nuestro alrededor, sino que también se convierten en espacios donde los seguidores pueden interactuar entre sí, fortaleciendo aún más los lazos que tienen con nosotros.

Las transmisiones en vivo en Facebook, YouTube e Instagram no son solo una herramienta vital de difusión para el Programa Universitario, sino que, además, son una puerta a la autenticidad, la interacción significativa y la construcción de comunidades. Hemos sabido aprovechar esta forma de comunicación en tiempo real y hemos conectado con nuestra audiencia de manera significativa generando un impacto positivo en la percepción del Programa lo que ha reflejado en un crecimiento exponencial en estos últimos 4 años.

Campañas en redes sociales, productos derivados y publicidad

Entre los productos derivados de mi labor, destacan las pautas éticas y campañas publicitarias que contribuyeron a fortalecer la conciencia pública sobre cuestiones bioéticas relevantes. Estas pautas proporcionaron orientación práctica a los profesionales de la salud que se enfrentaban a dilemas éticos en su trabajo diario, asegurando que las decisiones se tomaran de manera ética y basada en principios sólidos.

Las campañas publicitarias, por otro lado, fueron una forma efectiva de involucrar a la sociedad en conversaciones importantes sobre ética en la salud. A través de

medios de comunicación y redes sociales, pudimos llegar a un público más amplio y crear conciencia sobre cuestiones éticas críticas, como la toma de decisiones al final de la vida, la equidad en la atención médica y el respeto a la autonomía del paciente. Estas campañas no solo generaron discusiones significativas, sino que también fomentaron la participación de la comunidad en la toma de decisiones éticas en el ámbito de la salud.

Para ampliar el alcance de nuestras acciones de difusión, he desarrollado y gestionado campañas publicitarias en plataformas como Facebook Ads e Instagram Ads. Estas campañas se han diseñado de manera estratégica, utilizando segmentación de audiencia y análisis de datos para llegar a públicos específicos interesados en temas de bioética. Además, he utilizado técnicas de crecimiento orgánico para incrementar nuestra presencia en las redes sociales y fomentar la interacción con la audiencia de manera natural.

En mi trayectoria como encargado de las redes sociales y la difusión del Programa Universitario de Bioética he desarrollado múltiples campañas publicitarias para eventos importantes como el “Colillatón” un evento que reúne a instituciones de la UNAM, como la SPASU, la DGAPSU la DGDCUNAM, la Facultad de Medicina UNAM entre otras.

Para el caso de este evento realice una campaña a través de Facebook Ads para invitar a la comunidad en general para asistir a las islas en CU y limpiar CU de colillas de cigarro.

Para ello establecí los objetivos de la campaña:

1. Generar conciencia sobre el impacto ambiental de las colillas de cigarro.
2. Invitar a la comunidad a participar en el "Colillatón".
3. Fomentar la responsabilidad individual y colectiva en la correcta disposición de las colillas.

Definición del público objetivo:

1. Fumadores conscientes del impacto ambiental.
2. Personas interesadas en la sostenibilidad y la protección del medio ambiente.
3. Estudiantes y profesionales relacionados con la bioética.

Desarrollo del contenido y ejemplos de la campaña:

Publicación 1:

Infografía impactante que muestra la contaminación por colillas de cigarro, muestra datos y estadísticas relevantes.

Copy: "¡Únete al #Colillatón y ayúdanos a limpiar el planeta! Juntos podemos marcar la diferencia en la protección del medio ambiente.

"Nos vemos mañana en el #Colillatón"



Bioética UNAM
@bioeticaunam



[#FelizViernes](#) | Nos vemos mañana en el [#Colillatón](#).

Si eres [#ComunidadUNAM](#) ¡regístrate aquí!

👉 app.tured.unam.mx

No olvides llevar:

🛍 Bolsa de plástico

🍷 Botella PET

😷 Cubrebocas

🧤 Guantes

🧢 Gorra

¡Nos vemos por allá! 👉

CUARTO
COLILLATÓN
EN CIUDAD UNIVERSITARIA

Sábado 6 de mayo de 2023 • 10:00 a 12:00 horas

Junto a la Biblioteca Central, del lado de “Las islas”

No olvides traer:
Botella PET • Bolsa o guante • Cubrebocas

SPAGU DGACO PUB ecofilter CU

Véase en: <https://x.com/bioeticaunam/status/1654525540794093569?s=46&t=81H76gYiADKLXrDfzzuF3w>

CONTAMINACIÓN POR COLILLAS DE CIGARRO

En la lista de los 10 objetos de basura marina más frecuentes, realizada por la organización Oceans Conservancy, el **primer puesto** es ocupado por las colillas de cigarro.



Se estima que una colilla de cigarro usada puede contaminar al menos **8 litros de agua.**

Las colillas que terminan en áreas verdes son causas potenciales de **desertificación de suelo** a causa del desprendimiento de sustancias.

65% de todas las colillas terminan tiradas en el suelo.

Fuentes: Composición del filtro: <https://goo.gl/iqUqab>, Toxicidad en la colilla de cigarro: <https://goo.gl/kcLABG>, Oceans Conservancy: <https://goo.gl/ZVHguz> | Diseño: Andrea García Roa




#UNAMenteBioética


Utilizando este formato podemos hacer conciencia y desde ahí hacer que la comunidad se interese por estos temas y por ende participe.

Estas publicaciones se compartieron con un mes de participación para atraer a la comunidad al evento.

Uso de Hashtags

#Colillatón

#CigarrosSostenibles

#MedioAmbienteLimpio

Publicación 2: Imágenes con información breve y concisa sobre datos de la contaminación por cigarros y los problemas asociados con las colillas de cigarro y cómo afectan a nuestra salud.

Copy:

"Cada colilla cuenta. Únete al movimiento sostenible en el #Colillatón y aprende cómo puedes ser parte del cambio. Etiqueta a tus amigos comprometidos con la protección del medio ambiente."



Promoción de las publicaciones: Utilizamos un presupuesto aproximado de 2,000 pesos, es decir 145 pesos mexicanos diarios para promocionar las dos publicaciones mencionadas anteriormente durante un período de dos semanas.

Esta cantidad fue establecida por la dirección y se realizó por PayPal, cabe destacar que dicha pauta ayudó mucho para llegar a más personas interesadas en temas ambientales y que son o forman parte de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Segmentación de la audiencia: Dirigimos la campaña a personas mayores de 18 años, ubicadas en la ciudad o área cercana a la UNAM, que es donde se llevó a cabo el evento. También segmentamos a aquellos interesados en la sostenibilidad y la protección del medio ambiente.

Como dato importante la segmentación de audiencia es de suma importancia en las campañas publicitarias ya que de ello depende que nuestro producto final (publicación) llegue o no a las personas correctas. Por tal motivo decidimos poner mayor atención a esta parte e identificar a nuestra audiencia meta, la cual tomamos de la analítica revisada con anterioridad.

Para esta campaña fue de suma importancia la participación de las instituciones de la UNAM con las cuáles nos vinculamos, como la DGAPSU, la SPASU y la FacMed de la UNAM, ya que nos ayudaron a difundir nuestras publicaciones con su comunidad para lograr un mayor alcance.

Interacción y seguimiento: Una vez iniciada la campaña el siguiente paso fue también de suma importancia, ya que de ello dependía el que nos acompañaran a la actividad o no, Respondimos a los comentarios y preguntas de los usuarios de manera activa y oportuna para fomentar la participación y el compromiso de la comunidad, todo esto se hizo todos los días que duró la campaña,

Realicé un seguimiento de las métricas de la campaña utilizando Facebook Ads Manager para evaluar el alcance, las interacciones y las conversiones generadas, el total de interacciones, las vistas y visitas a nuestros perfiles. Ajusté la estrategia según fue necesario para mejorar los resultados con el paso de los días.

Por último, pero no menos importante, utilicé las herramientas de análisis de Facebook para obtener información sobre el rendimiento de mis publicaciones y en general de nuestra campaña y el alcance de nuestra página.

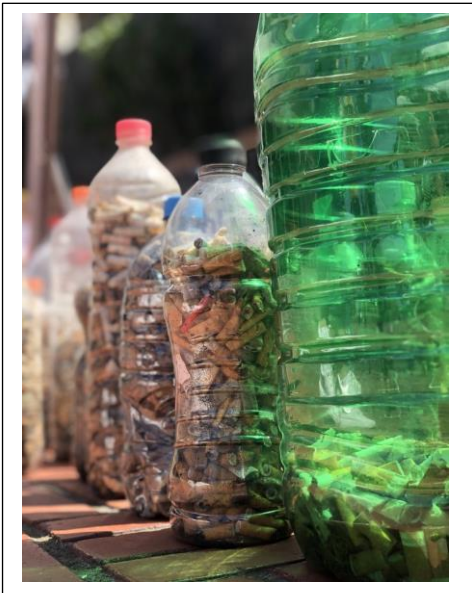
Esto me ayudó a comprender qué tipo de contenido era más popular y llamaba más a la gente a participar, lo cual generó más participación de parte de nuestra audiencia. Este análisis de datos nos permitió tomar decisiones informadas y optimizar nuestro contenido para alcanzar a más personas y generar un mayor impacto en la comunidad para este y futuros eventos.

Al final el resultado fue sin duda extraordinario, estudiantes, y la comunidad en general se dieron cita en el Campus Central para recolectar colillas de cigarro limpiar la UNAM en el “Colillatón”.

Se lograron recoger más de 3 kilos de colillas de cigarro de todo el campus central de la UNAM en unas cuantas horas.

Este evento fue uno de los primeros que realice junto a mis compañeros de trabajo y resulto con muy buenos números. Fue cubierto por medios de comunicación como Gaceta UNAM, y Comunicación Social de la UNAM.

Las colillas de cigarro fueron entregadas a Ecofilter México una empresa mexicana que se encarga de reutilizar estos desechos y los convierte en objetos nuevos, como carteras, bolsos y demás.



La participación del estudiantado fue muy importante para llevar a cabo esta actividad.

Cabe destacar que esta actividad se realizó en sábado.



En mi continuo compromiso con el desarrollo profesional y la vanguardia en el campo de la comunicación y la bioética, mi participación en cursos y eventos ha abarcado incluso la exploración de nuevas áreas interdisciplinarias. He tenido la oportunidad de asistir a talleres especializados en la convergencia de la inteligencia artificial y la ética, explorando cómo las nuevas tecnologías impactan en la toma de decisiones en el ámbito médico y bioético. Esta inmersión en la intersección de campos diversos ha ampliado significativamente mi perspectiva y ha proporcionado una visión única sobre los desafíos éticos emergentes en la era de la tecnología.

Además de mi participación en eventos presenciales, he buscado activamente oportunidades de aprendizaje en línea para mantenerme a la vanguardia en el campo de la bioética. La realización de cursos virtuales de instituciones líderes en bioética no solo ha sido una extensión natural de mi búsqueda de conocimientos, sino que también ha representado una valiosa contribución a mi desarrollo profesional. Estos cursos en línea han abarcado una amplia variedad de temas, desde cuestiones éticas en la investigación biomédica hasta el impacto de la inteligencia artificial en las redes sociales.

La flexibilidad y accesibilidad de los cursos virtuales me han permitido no solo adquirir conocimientos especializados de manera eficiente, sino también participar en discusiones globales con profesionales y expertos de diversas partes del mundo. La interacción en plataformas virtuales de aprendizaje ha facilitado el intercambio de perspectivas y enfoques, enriqueciendo mi comprensión de la bioética en un contexto global. Estas experiencias virtuales no solo han fortalecido mi red

profesional, sino que también han ampliado mi capacidad para abordar desafíos éticos desde una perspectiva global y multicultural.

Además, he participado activamente en foros y comunidades en línea dedicados a la bioética, donde he compartido experiencias, aprendizajes y reflexiones con profesionales de diversas disciplinas.

Estas interacciones en línea han ampliado mi red de contactos y han proporcionado un espacio adicional para el intercambio ideas sobre temas bioéticos emergentes. La colaboración virtual ha demostrado ser una herramienta poderosa para abordar los desafíos actuales y futuros en bioética, estableciendo puentes entre expertos y fomentando un diálogo continuo.

Mi compromiso con la educación en línea no se limita solo a mi participación como estudiante, sino que también he contribuido como facilitador en algunos cursos especializados. Esta experiencia no solo me ha brindado la oportunidad de compartir mi conocimiento y experiencia con otros profesionales y estudiantes interesados, sino que también ha enriquecido mi comprensión al enfrentarme a diversas perspectivas y preguntas desafiantes. Mi implicación en la bioética no se limita únicamente a la participación en eventos y cursos, sino que también ha dejado una marca significativa en la esfera editorial. Mi contribución se ha materializado a través de la colaboración activa en la redacción de artículos para revistas académicas especializadas. Estos artículos no solo abordan temas contemporáneos en bioética desde una perspectiva analítica y crítica, sino que también exploran nuevas fronteras y enfoques innovadores en la intersección de la comunicación y la ética médica.

En estos escritos, he buscado ir más allá de la mera exposición de hechos y teorías, centrándome en proporcionar insights valiosos y perspectivas originales. Algunos de mis artículos han explorado, por ejemplo, la influencia de las redes sociales en la toma de decisiones éticas en el ámbito médico, examinando cómo las plataformas digitales pueden afectar la privacidad del paciente y la confidencialidad médica. Otros han abordado cuestiones éticas relacionadas con la inteligencia artificial en la práctica médica, analizando cómo la automatización y la toma de decisiones algorítmicas plantean desafíos y oportunidades únicas.

La colaboración en estas publicaciones ha supuesto una vía para contribuir activamente al desarrollo teórico de la bioética y, al mismo tiempo, comunicar estos avances a un público más amplio. Este compromiso editorial también ha fortalecido mi red de contactos con otros académicos y profesionales destacados en el campo, generando debates y diálogos que han contribuido al enriquecimiento mutuo.

En mi enfoque editorial, he buscado trascender los límites tradicionales, utilizando plataformas digitales para difundir no solo el conocimiento académico sino también para sensibilizar a la sociedad sobre cuestiones éticas críticas. La redacción de artículos de divulgación destinados a públicos no especializados ha sido una herramienta clave para traducir conceptos complejos de la bioética en mensajes accesibles y relevantes para el ciudadano común.

A medida que continúo explorando nuevas oportunidades de investigación y redacción, mi objetivo es seguir desempeñando un papel activo en la configuración de la discusión bioética contemporánea, ya sea a través de la investigación académica, la redacción de artículos especializados o la divulgación accesible. Este

compromiso no solo refleja mi dedicación personal sino también mi convicción de que la comunicación efectiva y la reflexión ética son fundamentales para abordar los desafíos cada vez más complejos y multifacéticos en el campo de la bioética.

Para complementar estas experiencias, he participado en diversas iniciativas de alcance comunitario, organizando y formando parte del equipo en diversas áreas, organizando ferias educativas y charlas en escuelas y comunidades dentro y fuera de la UNAM. Estas actividades tienen como objetivo principal llevar la bioética fuera de los confines académicos y acercarla a un público más amplio, fomentando la conciencia y la participación, en temas éticos que impactan directamente en la sociedad.

En paralelo, he aprovechado mi participación en eventos para establecer colaboraciones con diversas instituciones dedicadas a temas que toca la bioética.

Mi trayectoria en cursos y eventos abarca no solo la exploración de temas emergentes en bioética, sino también la adopción de enfoques novedosos, como la participación en cursos virtuales y la integración de perspectivas interdisciplinarias. La combinación de estas experiencias ha contribuido a crear un perfil integral que no solo busca la excelencia académica, sino que también aborda la aplicación práctica de principios éticos en diversos contextos y comunidades. Este enfoque holístico refleja mi firme compromiso con la bioética como un campo dinámico y en constante evolución que influye significativamente en la toma de decisiones y en la promoción de un enfoque ético en todas mis facetas de la vida.

Conclusiones

En retrospectiva, mi período de cuatro años en el Programa Universitario de Bioética de la UNAM ha representado un capítulo fundamental en mi desarrollo profesional. Dentro de los roles desempeñados como Gestor De Comunidades, Social Media Manager y Copywriter, he tenido la oportunidad de aplicar de manera tangible los principios y conocimientos fundamentales adquiridos durante mi formación académica en la Licenciatura en Comunicación y Cultura de la UACM.

mi experiencia laboral en el Programa Universitario de Bioética de la UNAM durante estos 4 años como Community enriqueció de manera significativa mi formación profesional, proporcionándome valiosos aprendizajes que se entrelazan de manera excepcional con los diversos ejes formativos de la Licenciatura en Comunicación y Cultura de la UACM.

En primer lugar, laborar en el Programa Universitario de Bioética de la UNAM me ha permitido fundamentar las diversas prácticas comunicativas en los procesos sociales y culturales específicos a la bioética, contribuyendo así a la comprensión de la relación entre lenguaje, cultura y comunicación como una unidad integral.

Al interactuar con profesionales de la bioética, de medicina, abogados, administradores y demás profesionales, pude aprender de ellos colaboramos en muchos proyectos de integración, gestión cultural y desarrollo educativo.

Pude con el paso de los años y gracias a esa experiencia también, diagnosticar, evaluar y desarrollar programas de comunicación y cultura en el ámbito de la bioética. Asimismo, la experiencia me brindó la oportunidad de integrar los saberes de distintas disciplinas, como la ética, la medicina y la comunicación, en un enfoque

más complejo sobre los procesos de significación relacionados con la bioética los cuales acentué y perfeccioné.

Una de las cuestiones que más me han ayudado en mi experiencia como profesional de las redes sociales ha sido la capacidad para ubicar y analizar temas de cualquier índole, aterrizarlos, entenderlos para después plasmarlos en una infografía, un escrito o un copy, todo esto ha sido esencial para comprender y analizar mi trayectoria.

En cuanto a las actitudes desarrolladas en estos años de experiencia han sido reflexionar y criticar los desafíos de la comunicación en el ámbito de las redes sociales, pero sobre todo en el campo de la bioética. Ha sido fundamental, fomentando y llevando siempre y en todo momento un compromiso social y ético de mi profesión como comunicólogo. La sensibilidad a los fenómenos de la realidad social y la atención a los cambios en el ámbito de la bioética han fortalecido mi visión y perspectiva social del conocimiento.

En el ámbito de las habilidades, la aplicación de teorías de la comunicación y la cultura a fenómenos concretos de la bioética ha sido una habilidad clave que he desarrollado. Asimismo, he aplicado métodos y técnicas de investigación de la comunicación para intervenir en problemáticas específicas relacionadas con las comunidades digitales y que a su vez tienen que ver con la bioética. Esta experiencia ha contribuido de manera significativa a mi desarrollo profesional, permitiéndome aplicar de manera práctica y reflexiva los conocimientos adquiridos en mi formación académica. Además, ha reforzado mi compromiso ético y social como comunicador en el ámbito de la bioética, resaltando la importancia de la

comunicación en la promoción de valores éticos y en la generación de espacios de reflexión y diálogo en esta área en constante evolución.

Aprendí y puse en práctica mi capacidad para trabajar en equipo y aplicar técnicas avanzadas de comunicación interpersonal y personal. La necesidad de saber escuchar, retroalimentar, confrontar y resolver conflictos se ha vuelto esencial en un entorno multidisciplinario, donde la diversidad de perspectivas y enfoques requiere un manejo efectivo de las habilidades comunicativas. En cuanto a las habilidades específicas, el manejo de técnicas para producir mensajes gráficos, escritos, sonoros y audiovisuales ha demostrado ser esencial en la comunicación, adaptándome a los distintos campos profesionales de la comunicación y cumpliendo con los objetivos específicos del lugar donde laboro actualmente.

En última instancia, mi experiencia como Community en el Programa Universitario de Bioética de la UNAM ha sido un catalizador esencial para mi crecimiento profesional y personal. Ha demostrado ser un puente entre la teoría académica y la aplicación práctica, permitiéndome no solo poner en práctica los conocimientos adquiridos en la Licenciatura en Comunicación y Cultura, sino también ampliar mi comprensión sobre la importancia crucial de la comunicación ética en el ámbito de la bioética. Este periodo de colaboración ha reforzado mi compromiso con la ética en la comunicación y ha consolidado mi visión de la comunicación como una herramienta esencial para el desarrollo de sociedades éticas y conscientes.

Este viaje continuará siendo una fuente constante de aprendizaje y crecimiento, ya que la comunicación en la bioética exige una actualización constante frente a los avances científicos, los desafíos éticos emergentes y la evolución de la sociedad. Mi compromiso con la comunicación ética en el ámbito de la bioética persistirá como

un faro que guía mi camino profesional, influyendo positivamente en las comunidades a las que sirvo y en la construcción de un entorno más ético y consciente.

Bibliografía

AMIPCI. (2014). Obtenido de AMIPCI: https://irp-cdn.multiscreensite.com/81280eda/files/uploaded/Estudio_Marketing_2014.pdf

Aparisi, J. C. (9 de Agosto de 2023). *Scielo*. Obtenido de Scielo:
https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-92732010000100006

Belda, P. M. (octubre de 2021). *Revista de comunicación* . Obtenido de Revista de comunicación : <https://revistadecomunicacion.com/article/view/2392/2131>

Bioética, P. U. (2023). *Programa Universitario de Bioética*. Obtenido de Programa Universitario de Bioética:
<https://www.youtube.com/@programauniversitariodebio293>

Bioética, P. U. (2023). *YouTube Bioética UNAM*. Obtenido de YouTube Bioética UNAM:
<https://www.youtube.com/@programauniversitariodebio293>

Cabalin, C. (30 de Julio de 2023). *Revista UCM*. Obtenido de Revista UCM:
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/43463/41111>

Cassinelli, M. T. (Marzo de 2010). *Scielo*. Obtenido de Scielo:
http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-04202017000300240

CONAMAT. (4 de Agosto de 2023). Obtenido de CONAMAT:

<https://www.conamat.com/blog/la-unam-en-el-tiempo>

Consuegra, A. A. (2014). *Dspace*. Obtenido de Dspace:

https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/3664/Alfaro_Consuegra_Alma.pdf?sequence=1

Crandi, A. (20 de julio de 2023). *Academia Crandi*. Obtenido de Academia Crandi:

<https://academia.crandi.com/marketing-digital/la-semiotica-en-el-marketing-como-utilizar-los-signos-y-los-simbolos-para-conectar-con-los-clientes/>

Diputados, C. d. (5 de Agosto de 2023). *Cámara de Diputados*. Obtenido de Cámara de

Diputados: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/158.pdf>

Estadística UNAM. (5 de Agosto de 2023). Obtenido de Estadística UNAM:

<https://www.estadistica.unam.mx/numeralia/>

Fernandez, R. (2023). *Statista*. Obtenido de

<https://es.statista.com/temas/5443/instagram/>

Flores, Á. M. (12 de Agosto de 2023). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31022314005#:~:text=La%20Propuesta%20Bio%C3%A9tica%20de%20Van%20Rensselaer%20Potter%2C%20cuatro,a%C3%B1os%20que%20dedic%C3%B3%20al%20estudio%20de%20la%20bio%C3%A9tica.>

Forbes. (2017). *Forbes*. Obtenido de Forbes: [https://www.forbes.com.mx/instagram-llega-](https://www.forbes.com.mx/instagram-llega-700-millones-usuarios/)

[700-millones-usuarios/](https://www.forbes.com.mx/instagram-llega-700-millones-usuarios/)

General, O. d. (2021). *Oficina de la Abogacía General*. Obtenido de Oficina de la Abogacía General:

http://www.abogadogeneral.unam.mx/sites/default/files/archivos/RepositorioCont/6_Dependencias/100_CoordinaciondeHumanidades/20_ManualdeOrganizacionProgramaUniversitariodeBioetica.pdf

Gil, C. (2023). *Marketing 4 Ecommerce*. Obtenido de Marketing 4 Ecommerce:

<https://marketing4ecommerce.net/historia-de-instagram-app/>

Haewoon Kwak, C. L. (2010). *Ambuheler*. Obtenido de Ambuheler:

<https://www.ambuehler.ethz.ch/CDstore/www2010/www/p591.pdf>

Hermida, A. (2012). *Tandfonline*. Obtenido de Tandfonline:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2012.664430>

Hootsuite. (27 de Marzo de 2023). *Hootsuite*. Obtenido de Hootsuite:

<https://blog.hootsuite.com/es/algorithmo-de-tiktok/>

Instagram. (2023). *Instagram*. Obtenido de Instagram: <https://about.instagram.com/es-la/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement>

Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. (8 de Agosto de 2023). Obtenido de

Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM:

<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/13/6006/1.pdf>

Jiménez, L. G. (23 de Julio de 2023). *Researchgate*. Obtenido de Researchgate:

https://www.researchgate.net/publication/255717394_Teoria_e_investigacion_en_comunicacion_social

José Antonio Morales González, G. N. (2011). *Principios de ética, bioética y conocimiento del hombre*. Pachuca Hidalgo México: Editorial Universitaria UAEH.

Lang, H. (2023). *PathSocial*. Obtenido de PathSocial:

<https://www.pathsocial.com/es/resources/when-did-instagram-start-all-you-need-to-know/>

Larios, S. G. (2014). *Repositorio UNAM*. Obtenido de Repositorio UNAM:

<http://132.248.9.195/ptd2014/marzo/0710285/0710285.pdf>

Lenis, A. (2022). *Hubspot*. Obtenido de Hubspot:

<https://blog.hubspot.es/marketing/meme-marketing>

Leskin, A. H. (14 de Febrero de 2020). *Busines Insider México*. Obtenido de Busines Insider México: <https://businessinsider.mx/la-desconocida-historia-de-la-compra-de-youtube-por-google-por-1650-millones-de-dolares-contada-por-sus-protagonistas/>

Marsiske, R. (29 de julio de 2023). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc:

<https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=86900802>

Meta Facebook Ads. (2023). Obtenido de Meta Facebook Ads: <https://es-la.facebook.com/business/ads>

Morales, A. L. (2019). *Biblioteca Clacso*. Obtenido de Biblioteca Clacso:

<https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20191128031455/Tecnologias-digitales.pdf>

Navas, A. (2018). *UNAV*. Obtenido de UNAV:

https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/58477/1/Tesis_NavasLeoro18.pdf

Ortíz, E. (2023). *Eva Ortíz MT*. Obtenido de Eva Ortíz MT: https://evaortiz.es/historia-redes-sociales/#Principales_redes_sociales

Pardos, A. (23 de Abril de 2023). *El Independiente*. Obtenido de El Independiente:

<https://www.elindependiente.com/tendencias/2022/04/23/tras-el-me-at-the-zoo-mas-de-1-000-millones-de-visualizaciones-diarias-el-aniversario-de-youtube/>

Peña, M. G. (2019). *Universidad de Sevilla*. Obtenido de Universidad de Sevilla:

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/101722/CAV_GONZALEZPE%C3%91A_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pozzi, S. (2012). *Diario El País*. Obtenido de Diario El País:

https://elpais.com/tecnologia/2012/04/09/actualidad/1333992356_616182.html

Ridge, B. V. (2023). *Medium Multimedia*. Obtenido de Medium Multimedia:

<https://www.mediummultimedia.com/social-media/como-eran-las-redes-sociales-en-sus-inicios/>

Rufí, J. P. (28 de Abril de 2019). *EUMED*. Obtenido de EUMED:

<https://www.eumed.net/libros/1844/1844.pdf>

Salina, Y. C., & Zúñiga, V. M. (2022). La Teoría de la Agenda Setting. *Questión*, 10,11,12,13.

Sánchez, E. M. (Junio de 2021). *Universidad de Sevilla*. Obtenido de Universidad de Sevilla:

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126185/PER_BERMEJOS%C3%81NCHEZ_TFG.pdf?sequence=1

Santis-Piras, A. T.-T. (2020). *YouTube y la comunicación del*. Ecuador: Ciespal. Obtenido de

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19292/1/YouTube%20y%20la%20comunicaci%C3%B3n%20del%20SIGLO%20XXI.pdf>

Sasso, F. (2021). *Digital Trends* . Obtenido de Digital Trends :

<https://es.digitaltrends.com/features/la-historia-detras-primer-mensaje-publicado-twitter/>

Social, S. (2023). *Sprout Social*. Obtenido de Sprout Social:

<https://sproutsocial.com/es/glossary/live-streaming/>

Station, R. (2020). *RD Station*. Obtenido de RD Station:

<https://www.rdstation.com/blog/es/marketing-en-instagram/>

Tesche, P. (15 de Julio de 2023). *UMBERTO ECO. Cultura y semiótica. Estudios filológicos,*.

Obtenido de scielo:

https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0071-17132011000200013

Torres-Toukoumidis, A. (3 de Mayo de 2020). *DSPACE*. Obtenido de DSPACE:

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19292/1/YouTube%20y%20la%20comunicaci%C3%B3n%20del%20SIGLO%20XXI.pdf>

Twitter. (2023). *Twitter*. Obtenido de Twitter: <https://help.twitter.com/es/using-twitter/types-of-tweets>

UACM. (3 de julio de 2023). Obtenido de Universidad Autónoma de la Ciudad de México: <https://www.uacm.edu.mx/>

UNAM . (2 de Agosto de 2023). Obtenido de UNAM: <https://www.unam.mx/acerca-de-la-unam/unam-en-el-tiempo/cronologia-historica-de-la-unam>

UNAM, B. (6 de Agosto de 2023). *Bioética UNAM*. Obtenido de Bioética UNAM: <https://www.bioetica.unam.mx/>

UNAM, T. (15 de Agosto de 2023). *TV UNAM*. Obtenido de TV UNAM: <https://tv.unam.mx/portfolio-item/etica-y-bioetica-con-juliana-gonzalez-valenzuela-vindictas-filosofia/>

Weber, P. R. (2021). *Introducción a la bioética* . México: Fondo de Cultura Económica.

Anexos

Ejemplo de actividades desarrolladas mensualmente, así como una parrilla de contenidos.

Redes sociales: Facebook, X, Instagram, Youtube y TikTok

Como responsable de la comunicación online del Programa Universitario de Bioética procuro tener a la comunidad activa e informada en redes sociales, por tal motivo y mediante estrategias de comunicación y bajo los términos de la línea editorial y de los diversos procedimientos de publicaciones realizo diversas actividades diariamente para informar y hacer crecer a nuestra comunidad en nuestras diversas redes sociales.

Mis funciones principales durante cada mes son las siguientes:

Escucha activa: Es una de las funciones más importantes como Community Manager del programa. Escuchar sobre lo que se habla de nuestra institución dentro del ecosistema digital, esto es clave para detectar sentimientos negativos o positivos de nuestra audiencia, esto se realiza diariamente es decir 24/7 los 365 días del año.

Con esta información puedo sacar conclusiones sobre cómo ha sido recibido nuestro aporte de mensajes y conversaciones. Dentro de este punto también es donde se detecta a las comunidades o personas que influyen más sobre el resto de los usuarios. Detectarlos y escucharlos me ayuda a comprender como se reciben, perciben e impactan los mensajes y contenidos que realizamos diariamente.

Descarga de información: Al igual que el punto anterior la descarga de información es muy importante, ya que de aquí es de donde se saca toda la analítica, para

conocer horarios de publicación, y para saber de dónde se reciben más visitas, usuarios, o de qué forma le ha llegado nuestro mensaje a la comunidad. Conocer cómo se transporta el mensaje y la conversación que se genera de este por cualquier motivo, es fundamental. De esto se extraen las conclusiones para comprobar si la estrategia y el mensaje han sido los adecuados o en su caso reformularlos.

Conversación con la comunidad: Es una de las partes importantes en mis funciones como Community Manager. Lo que más ha ayudado al crecimiento en las redes sociales del programa es precisamente generar conversación entre el PUB y la comunidad.

Diariamente se reciben preguntas de nuestra comunidad, ahí es donde se da respuesta y se resuelven todas las dudas a nuestra comunidad. Cabe destacar que esto se realiza diariamente de lunes a domingo de 8:00 horas a 22:00 horas.

Como CM mi trabajo es responder a cada cuestionamiento con respeto, profesionalismo y a tiempo para que la comunidad se sienta escuchada y entendida.

Engagement: El contenido que realizamos es fundamental, ya que es donde debemos conocer los gustos de nuestra comunidad y por ende comunicarlo.

Así que saber compartirlo hacia a fuera también es clave, para ello se destina las publicaciones a cada red social de acuerdo con patrones que anteriormente hemos encontrado, es decir se debe conocer las mejores opciones para cada red social, además de saber cuál es la adecuada (no se debe de estar en todas), las mejores

franjas horarias para compartir el contenido, y, fundamental, cómo se van a transmitir y a través de que medio.

Análisis de información: Además de CM también realizo funciones de Social Media Manager, es decir, se analiza la información que se recaba para desarrollar nuevas estrategias de comunicación para plataformas online; aunque el análisis de información se realiza trimestralmente lo que se recaba cada mes es importante para medir, cuantificar y cualificar es la mejor forma de conocer si se están llegando a los objetivos marcados.

Realización de Parrilla de Contenidos

La Parrilla de Contenidos se realiza mes con mes, de acuerdo con los tópicos, fechas y eventos más importantes del mes siguiente.

Esta parrilla del mes de marzo fue realizada de acuerdo con los eventos y fechas más importantes que tendremos durante este mes; de acuerdo con ello proponemos cada tema y cada contenido específico para cada red social.

Se recaba información, se analiza, se trabaja y finalmente se pasa a visto bueno para que una vez que lo analicen y realicen los cambios pertinentes se pase al área de diseño para la elaboración del material visual.

Finalmente, una vez que se tienen el material de diseño y de acuerdo con horarios y días ya cotejados con anterioridad se comienza la programación en cada red social específica del contenido.

Esta parrilla ya tiene un formato o plantilla de acuerdo con los temas que trabajamos en Bioética divididos en subtemas como son: Personajes PUB, Agenda PUB, RecomendacionesPUB, InfoPUB y finalmente Casos Clínicos.

Cada uno de estos contenidos tiene su relevancia, pertinencia y sirve para distintas cuestiones dentro de cada red social, desde el uso de REELS hasta una infografía todas tienen su complejidad dentro del ecosistema de las redes sociales. Por tal motivo es importante que se publiquen de acuerdo con fechas y horarios específicos.

Ejemplo de parrilla de contenido

Fecha y diseño	Información	Copy	Fuente	Facebook	IG	TikTok	YouTube	x
Personajes PUB								
17 de marzo Twitter y Facebook + Instagram Story	A través de su investigación desarrolló métodos para purificar las células de pacientes con leucemia.	Tessa Holyoake (17 de marzo de 1963 - 30 de agosto de 2017) Fue una médica escocesa de hematología y oncología. Considerada líder mundial en leucemia mieloide crónica (LMC), logró resultados sobresalientes en la leucemia mieloide crónica (LMC).	https://www.cmladvocates.net/tributes/professor-tessa-holyoake-memorial/					
18 de marzo Twitter y Facebook + Instagram Story	Se implicó en causas como el abolicionismo o la defensa de los pueblos nativos norteamericanos, pero	Matilda Joslyn Gage Nacida el 18 de marzo de 1826 en Nueva York. Se implicó en causas como el abolicionismo o la defensa de los pueblos nativos norteamericanos, pero destacó especialmente en la	https://historia.nationalgeographic.com.es/a/matilda-joslyn-gage-la-sufragista-pionera-que-dio-nombre-al-efecto-					

	destacó especialmente en la lucha sufragista y por la emancipación de las mujeres.	lucha sufragista y por la emancipación de las mujeres.	matilda_16192					
27 de marzo Twitter y Facebook + Instagram Story	Su descubrimiento genético fue muy valioso sobre como regular el desarrollo de tejidos y órganos a través de un mecanismo clave llamado muerte celular programada, o apoptosis.	John Sulston Nació el 27 de marzo de 1942 en Cambridge, Inglaterra, fue un biólogo que, con Sydney Brenner y H. Robert Horvitz, ganó el Premio Nobel de Fisiología o Medicina en 2002 por sus descubrimientos sobre cómo funcionan los genes.	https://www.britannica.com/biography/John-Sulston					
Agenda PUB								
2 de marzo Twitter y Facebook + Instagram Story	Cada 2 de marzo se celebra el Día Mundial del Bienestar Mental de los Adolescentes, con el fin de sensibilizar a la población sobre los problemas de salud mental que afectan a los/as adolescentes.	Día mundial del bienestar mental para adolescentes Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), una de cada siete personas jóvenes de 10 a 19 años padece algún trastorno mental, un tipo de trastorno que supone el 13% de la carga mundial de morbilidad en ese grupo de edad.	https://www.fsync.org/adicciones/el-dia-mundial-del-bienestar-mental-de-los-adolescentes-pone-el-foco-en-prevenir-trastornos-mentales-en-la-adolescencia					
3 de marzo Twitter y Facebook + Instagram Story	El Día Mundial de la Vida Silvestre nos brinda la ocasión de	Día mundial de la vida silvestre Este día busca crear conciencia sobre la multitud de beneficios que aportan y la necesidad urgente de	https://www.un.org/es/observances/world-wildlife-day					

	celebrar la belleza y la variedad de la flora y la fauna salvajes.	combatir los delitos contra el medio ambiente y la disminución de especies a causa de la actividad humana.						
8 de marzo Twitter y Facebook + Instagram Story	El hecho de que este día se conmemore el 8 de marzo está estrechamente vinculado a los movimientos feministas durante la Revolución Rusa de 1917.	Día internacional de la mujer El Día Internacional de la Mujer se refiere a las mujeres corrientes como artífices de la historia y hunde sus raíces en la lucha plurisecular de la mujer por participar en la sociedad en pie de igualdad con el hombre.						
9 de marzo Twitter y Facebook + Instagram Story	Se trata de una fecha en la que los hombres podemos renovar nuestro compromiso individual y colectivo con la lucha por la justicia y la igualdad.	Un día sin nosotras ¿Cuál es el objetivo del paro? Hacer visible el papel fundamental e imprescindible que tienen las mujeres en todas las esferas de la actividad humana, tanto el trabajo que realizamos en nuestros espacios laborales, como aquel vinculado con el cuidado de las infancias, personas mayores o enfermas, y protestar también por la persistente discriminación y violencia que sufren las adolescentes y niñas.	https://www.un.org/es/observances/womens-day/background					
12 de marzo Twitter y Facebook + Instagram Story	El Glaucoma es la causa principal de ceguera en personas mayores de 60 años, pero puede prevenirse si se trata a tiempo.	Día mundial del glaucoma Es importante realizarse exámenes oculares periódicos que incluyan mediciones de la presión ocular para poder realizar un diagnóstico en las etapas iniciales y	https://www.gaceta.unam.mx/un-dia-sin-nosotras-y-ustedes-hombres-que-van-a-hacer/					

		tratarlo adecuadamente.						
20 de marzo Twitter y Facebook + Instagram Story	La felicidad es una meta humana fundamental.	Día internacional de la felicidad El camino hacia la felicidad requiere de valores fundamentales como la amabilidad y la compasión, especialmente en tiempos de crisis.	https://www.gob.mx/insabi/articulos/12-de-marzo-dia-mundial-del-glaucoma?id_iom=es					
21 de marzo Twitter y Facebook + Instagram Story	Todos los seres humanos nacemos libres e iguales en dignidad y derechos	Día Internacional de la Eliminación de la Discriminación Racial Ese día nos hace reflexionar y redoblar esfuerzos para eliminar todas las formas de discriminación racial que existen en el mundo.	https://www.un.org/es/observances/happiness-day					
22 de marzo Twitter y Facebook + Instagram Story	Debemos actuar sobre la base de que el agua no es solo un recurso que se aprovecha y por el que se compete: es un derecho humano, intrínseco a todos los aspectos de la vida.	Día Mundial del Agua El lema del Día Mundial del Agua 2024 es "Agua para la paz". Cuando cooperamos en materia de agua, creamos un efecto en cascada positivo, promoviendo la armonía, generando prosperidad y fomentando la resiliencia frente a los desafíos comunes.	https://www.un.org/es/observances/end-racism-day					
Recomendaciones PUB								
Twitter y Facebook + Instagram Story	Los derechos de las mujeres y su acceso a una vida libre de violencia	Las luchas feministas por el reconocimiento de derechos van permeando en nuestra sociedad de manera gradual, gracias a la toma de conciencia	https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/13/6201/9a.pdf					

	Rosa María Álvarez	de las propias mujeres sobre su verdadero acontecer.						
Twitter y Facebook + Instagram Story	Bioética para niños y niñas Autor: Dora García Fernández	La bioética se encarga de proteger la vida de las personas y de los seres vivos, así como los derechos de las niñas y niños a tener una vida feliz, a actuar con justicia, a hacer el bien y a vivir con calores, además de cuidar el medio ambiente y nuestro planeta.	https://www.gandhi.com.mx/bioetica-para-ni-os-y-ni-as					
Twitter y Facebook + Instagram Story	Democracia feminista Alicia Myllares	El objeto de este libro es explicar por qué los modelos liberales y socialdemócratas de nuestras democracias son insuficientes y por qué el feminismo es realmente una potente alternativa ético-política.	https://www.utopicas.com/libro/democracia-feminista_2857					
Twitter y Facebook + Instagram Story	Por un uso responsable de los organismos genéticamente modificados Comité de biotecnología Coordinador Francisco Gonzalo Bolívar Zapata	En este libro, elaborado por el Comité de Biotecnología de la Academia Mexicana de Ciencias (AMC), integrado por 21 académicos expertos en diferentes disciplinas se presentan las razones por las que se han desarrollado los OGM como una de las herramientas más importantes de la biotecnología moderna, para coadyuvar a la solución de diferentes problemas y demandas.	https://www.coniunctus.amc.edu.mx/libros/OGM.pdf					
InfoPUB								
	¿Qué podemos	Como hombres somos parte del	GIGU UNAM					

<p>Twitter y Facebook + Instagram Story</p>	<p>hacer como hombres para promover la desigualdad discriminación y violencia hacia las mujeres?</p> <p>Seamos solidarios Escuchemos las demandas de las mujeres y apoyemos, no juzguemos evitemos promover el odio.</p> <p>Creemos espacios de reflexión Evitemos celebrar o felicitar a las mujeres en este día, reflexionemos con nuestros colegas sobre esta fecha y su importancia.</p> <p>Cuestionemos nuestro lugar como hombres Tengamos un lugar activo en contra del machismo Hablemos sobre nuestro privilegio basado en la igualdad de género y reflexionemos sobre ello.</p>	<p>problema, pero también formamos parte de la solución. Realicemos acciones a favor de la igualdad de género, en tu casa, en la escuela y en tu lugar de trabajo.</p>					
---	--	--	--	--	--	--	--

Casos clínicos							
<p>Twitter y Facebook + Instagram Story</p> <p>Video</p>	<p>CASOS CLINICOS MARZO</p> <p>Caso 1: Alta voluntaria de un paciente</p> <p>Imagen 1: Portada casos PUB</p> <p>Imagen 2: Se trata de un varón de 58 años con antecedente s de HTA, EPOC, fumador y consumo perjudicial de alcohol. Ingresado 48 horas antes por neumonía de lóbulo inferior derecho con insuficiencia respiratoria asociada y reagudización de su EPOC por lo que ha precisado tratamiento especializado y oxígeno suplementario.</p> <p>Imagen 3: Personal médico acude a valorar al paciente se encuentra solo y alterado. Insiste en que debe abandonar el hospital de forma</p>	<p>Dilemas éticos.</p> <p>1)Y ustedes qué piensan ¿se debe atender la petición de alta voluntaria del paciente, aunque pueda poner en riesgo su salud? ¿se puede mantener ingresado a un paciente en contra de su voluntad? ¿Pongo en riesgo su salud si se le permite la alta voluntaria?</p>	<p>https://www.cendeisss.sa.cr/wp/wp-content/uploads/2020/09/Identificaci%C3%B3n-de-casos-con-conflicto-bio%C3%A9tico-2020.pdf</p>				

	<p>urgente porque tiene una gestión muy importante que hacer.</p> <p>Imagen 4: El paciente conoce su diagnóstico, aunque minimiza las posibles consecuencias de la alta voluntaria. Refiere que no le importa lo que le pueda pasar porque necesita hacer su gestión y la considera más importante que su vida.</p> <p>Imagen 5: Se le ha explicado que no puede abandonar el hospital porque necesita tratamiento y oxígeno y que su vida puede correr peligro si lo hace. Aun así, pide la alta voluntaria.</p>							
--	---	--	--	--	--	--	--	--