

Tendencias

Virus. Diplomas, sin llegar a graduación

Los meses de mayo y junio son los fuertes para su negocio, sin embargo, en esta ocasión está en ceros, debido a que las graduaciones para este 2020 fueron diferentes, pues todo fue cancelado por la pandemia



García Ambríz dijo que devolvió el dinero de los diplomas para este fin de cursos. ANDRÉS LOBATO

ANGÉLICA TENAHUA
PUEBLA

El coronavirus afecta a todos los sectores económicos, pues a pesar de ser una temporada de graduaciones, el 2020 marcó la diferencia con los contagios que existen en la entidad, por lo que diplomas y reconocimientos se quedaron suspendidos, incluso dueños de establecimientos devolvieron el anticipo de esos trabajos.

En entrevista con MILENIO PUEBLA, Jaime García Ambríz, dueño del negocio "Diseño Ambríz", compartió que vive una de las situaciones más complicadas de su vida, pues ni la devaluación le afectó tanto como el covid-19. Destacó que en marzo, una vez que se dieron a conocer los primeros casos de contagios en el estado, sus clientes le solicitaron la devolución del

anticipo de más de 400 diplomas para los alumnos que se graduaron en este ciclo escolar.

Refirió que los meses de mayo y junio son los fuertes para su negocio, sin embargo en esta ocasión está en ceros, debido a que las graduaciones fueron canceladas por el virus. García Ambríz, destacó que a sus cuatro tra-

bajadores les aplica el pago del 50 por ciento de su salario, además de estar en sus hogares, debido a que no hay trabajo.

Con 40 años de experiencia en el rubro, destacó que también realiza trabajos de grabado en metal para dispositivos en autos de armadoras, pero señaló que al cerrar las empresas los pedidos fueron cancelados. Añadió que la reactivación de su establecimiento será lenta, porque depende de la actividad de los proveedores del sector automotriz.

"Tengo problemas financieros pues desde el mes de marzo ya no pude realizar el pago de la renta del local. Estoy angustiado porque no sé con qué dinero solventar esta deuda de más de tres meses y el gobierno no nos apoya en nada", expresó. Concluyó que de este giro dependen las familias de sus cuatro trabajadores.

REACCIONES

"Tengo problemas financieros pues desde el mes de marzo ya no pude realizar el pago de la renta del local y el gobierno no nos apoya en nada"

Jaime García Ambríz
Propietario de Diseño Ambríz

COMUNICAR LA POLÍTICA Y ALGO MÁS

JOSÉ LUIS ESTRADA



Micropolítica y emociones

Cuando damos clic en la computadora o en nuestro dispositivo móvil a un contenido porque resulta interesante, muy atractivo, novedoso, exagerado o con promesas increíbles; estamos siendo capturados por una estrategia de la micropolítica. Este concepto se refiere al mecanismo de control hacia las personas, buscando modificar su comportamiento, sus acciones e incluso su pensamiento.

En la micropolítica se estudia las emociones que están conectadas directamente al cerebro. Esta nueva corriente de análisis utilizada en la mercadotecnia y la publicidad comercial está siendo utilizada en la comunicación política para despertar el interés, desinterés, amor y odio; para atraer a los votantes, simpatizantes y ciudadanos como hemos visto recientemente en las campañas mediáticas por Twitter y Facebook.

Anteriormente las técnicas micropolíticas estaban centradas en la disciplina, vigilancia de las personas y control social; pero ahora, a través de las redes sociales las estrategias de poder, para conducir a las personas hacia sus objetivos, están centradas en captar la atención en las redes sociales.

El fenómeno del emotionbait puede ser comprendido como "bocadillo emocional"

El *clickbait* o "carnada de clics" es una táctica utilizada en las campañas de mercadotecnia y ahora comunicación política, para generar tráfico *on line* con títulos exagerados, asombrosos o mentiras. De igual forma, pretenden buscar adeptos, simpatizantes y seguidores.

La utilización de esta estrategia se consagró con Donald Trump, quien logró obtener seguidores a través de este modelo de micropolítica avanzada; pero también lo han utilizado algunos otros mandatarios latinoamericanos para atraer a las masas; confundir a los electores y someter a los adversarios. Bajo este esquema hay contenidos científicos falsos, arte falso y todo lo que deriva en la llamada posverdad y *fake news*.

Este mecanismo de comunicación política ha evolucionado hacia el control de las emociones, con el fenómeno del *emotionbait* que puede ser comprendido como un "bocadillo emocional", cuyo objetivo es atraer a los usuarios hacia contenidos que pueden ser falsos. Las emociones pueden guiar el comportamiento social, hacia el consumo y aceptación ideológica. La comunicación política ha innovado, por tanto, ten cuidado de la información que consumes en internet.

¡ANÚNCIATE! TU NEGOCIO EN TELEVISIÓN

Noticias - Deportes - Entretenimiento

LLAMANOS AL **22 26 12 57 22**

ATENCIÓN PERSONALIZADA

COBERTURA: Monterrey, Ciudad Juárez, Cuernavaca, Ciudad de México, Puebla, Toluca, Morelia

6.1 TV Abierta, 106 - T16 HD MEGACABLE, 6 Telenor, 6 IZZI, ultra telecom

Canal 6