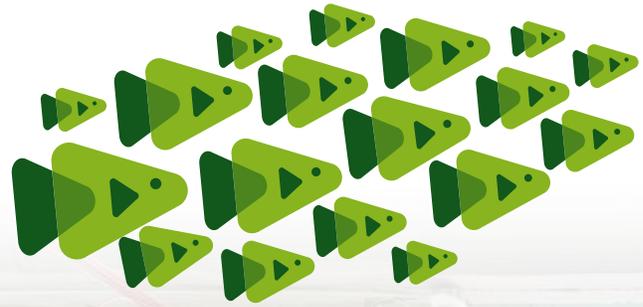


ISSN 2955-0297

EL CARDUMEN

Enero - Abril / 2023



**SOLIDARIDAD
PARA EL
BIENESTAR**



ISO 9001:2015
BUREAU VERITAS
Certification

CO20.01976



ESPACIOS

En 1997 cuando se creó el Fondo de Docentes Activos y Jubilados de la Universidad de Cartagena, conocido por su sigla Fonducar, en un inicio le tocó compartir un modesto espacio dentro de la Universidad de Cartagena con la Asociación de Docentes de la misma Universidad, fue en las oficinas de ASODUC donde empezó a tomar vida una organización que posteriormente se convertiría en un gran activo para sus asociados.

Con el tiempo, el espacio ofrecido inicialmente termina siendo pequeño para la magnitud de los servicios y las atenciones del Fondo. Por medio de gestiones del gerente Edgardo de la Cruz Del Villar y del Presidente, Milcíades Zúñiga Lorduy, ante el rector encargado Germán Sierra Anaya, se consigue un sitio especial más amplio y cómodo para Fonducar en la misma Universidad. Posteriormente se adquieren oficinas propias en el edificio Banco Popular, lo que hizo que esos lugares fueran vitales para encuentros entre asociados y empleados. Pero las necesidades llevan a adquirir dos locales en el Centro Comercial Portal de San Felipe, para tener un mejor sitio en la atención y labores.

Todo lo anterior nos lleva a decir que los espacios físicos y sociales son esenciales para la calidad de vida de las personas, ya que permiten la realización de actividades cotidianas, la interacción social, la recreación y el descanso. Además, los espacios tienen un impacto en la salud mental y física para bien o para mal. Es importante tener en cuenta que los espacios y el entorno influyen en nuestra forma de vivir y en la percepción del mundo.

Todo lo anterior nos lleva a decir que los espacios físicos y sociales son esenciales para la calidad de vida de las personas, ya que permiten la realización de actividades cotidianas, la interacción social, la recreación y el descanso. Además, los espacios tienen un impacto en la salud mental y física

para bien o para mal. Es importante tener en cuenta que los espacios y el entorno influyen en nuestra forma de vivir y en la percepción del mundo.

La creación de nuevos espacios para la convivencia es fundamental para fomentar la integración social, la colaboración y el respeto mutuo. Es por ello que en el devenir del desarrollo de las sociedades se crean permanentemente espacios diseñados para ser más sostenibles, eficientes y accesibles para todos. Por ejemplo, se pueden encontrar parques, ciclovías, lugares con espacios de juego o descanso, todos ellos diseñados para fomentar la interacción social y la recreación.

La pandemia, que llevó al planeta a un largo confinamiento, contribuyó a la popularidad de espacios no físicos: las redes sociales mediados por la tecnología, y con ellos aparecieron los espacios virtuales que han cobrado un papel importante en la convivencia. Plataformas como Facebook, Instagram, Meet, Zoom, WhatsApp o YouTube permiten a las personas interactuar y conectarse con otras personas de todo el mundo. Aunque estos espacios no reemplazan la interacción cara a cara, son una herramienta valiosa para conectarse con personas con intereses similares y para aprender sobre diferentes culturas y formas de vida.

Como en las ocasiones anteriores, Fonducar adquirió nuevas oficinas para la atención de sus asociados, iniciando el 2023 con aires de renovación. Las nuevas instalaciones son mucho más amplias, atractivas, cómodas, agradables, y en algunos casos novedosas para fomentar la integración social dentro del Fondo; todo con el propósito de restablecer los espacios de encuentro que se habían extraviado con la pandemia. Esperamos que las nuevas oficinas brinden a los asociados ese calor humano que siempre ha caracterizado a la organización, en otras palabras, ese lar nativo.

PRESIDENTE JUNTA DIRECTIVA

ALEJANDRO BARRIOS MARTÍNEZ

GERENTE

ORLANDO ARRIETA DIAZ

DIRECTOR

JESÚS ÁLVAREZ RODRÍGUEZ

COMITÉ EDITOR

MILCÍADES ZÚÑIGA LORDUY

PEDRO JULIO MERCADO

EDUARDO LÓPEZ VERGARA

ARQUÍMEDES LAFONT HERRERA

EFRÁÍN CUADRO GUZMÁN

RODE RUIZ ROMERO

Asesora Comercial

CONTENIDO

Portada.	1
EDITORIAL: Espacios.	2
ADMINISTRACIÓN- Base social 2022.	3-4
ADMINISTRACIÓN - Bienestar social 2022.	5
ADMINISTRACIÓN - Balance económico 2022.	6-7
La bella despierta.	8
Todos podemos cambiar.	9
El homo sapiens, la Inteligencia Artificial y WhatsApp.	10-11
De la economía del miedo.	12-13
Arte y literatura para construir la paz.	14-15
Adiós al juglar de los Montes de María.	16
Los retos para la educación postpandemia.	17
Sudoku.	18
Notas Exequiales.	19
Galería Fonducar.	20

CONTÁCTENOS

Edificio Bosque Ejecutivo Centro
Empresarial y de Negocios, oficinas
1005-1008 (Bosque, Trans. 54 # 21A - 104).
Teléfono: PBX 6517079

gerencia@fonducar.com
gestionadministrativa@fonducar.com
mercadeo@fonducar.com
servicios@fonducar.com
asesor1@fonducar.com
asesor2@fonducar.com
bienestar@fonducar.com
auxiliarbienestar@fonducar.com
contabilidad@fonducar.com
asistentecontabilidad@fonducar.com
practicantecontabilidad@fonducar.com
gestionfinanciera@fonducar.com
creditos@fonducar.com
auxiliarcuentas@fonducar.com
repcion@fonducar.com
sistemas@fonducar.com

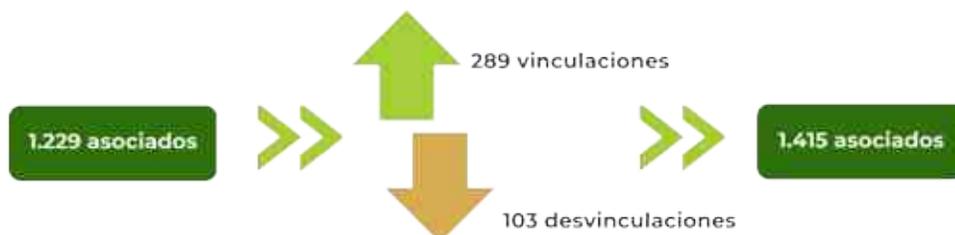
FOTO PORTADA

Inauguración nueva oficina.

BASE SOCIAL 2022

— CRECIMIENTO —

La gestión realizada por Fonducar durante el año 2022 permitió que la base social del Fondo ascendiera a 1.415 asociados, lo que representa un crecimiento del 15,1% con respecto al año inmediatamente anterior.



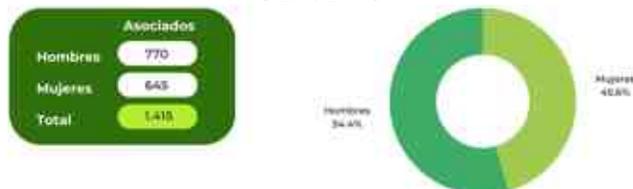
AMPLIACIÓN DEL VÍNCULO DE ASOCIACIÓN

En cumplimiento de los objetivos establecidos en la planeación estratégica en beneficio del crecimiento y solidez de la organización, Fonducar hizo acercamientos a instituciones de educación superior con el objetivo de ampliar el vínculo; al cierre del año 2022, dos (2) instituciones integran el Fondo de empleados: la Universidad de Cartagena y la Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar (UNIBAC). Esta última con 21 asociados.



PERFIL DE LA BASE SOCIAL A 31 DE DICIEMBRE DE 2022

ASOCIADOS POR GÉNERO



ASOCIADOS POR RANGO DE EDAD



ASOCIADOS POR TIEMPO DE VINCULACIÓN



PROMOCIÓN DE SERVICIOS

EQUIPO COMERCIAL

En el año 2022 se fortaleció el equipo comercial con el objetivo de mejorar la relación con el asociado y personalizar aún más la atención; de esta manera, son tres asesoras comerciales dispuestas a brindar un servicio con calidad y calidez, a saber, Dayanna González Celis, Estefany Ramírez Mejía y Rode Ruiz Romero.



De izquierda a derecha:

Estefany Ramírez (Asesora Comercial), Rode Ruiz (Asesora Comercial), Melissa Morante (Coordinadora de Mercadeo) y Dayanna González (Asesora Comercial).

En los últimos meses del año, se implementó la estrategia Fonducar, más cerca de usted, cuya finalidad es la de facilitar a los asociados la gestión de sus solicitudes, visitándolos a los lugares de trabajo. Durante las visitas, cada asesora brindó información personalizada de los servicios que se ofrecen desde Fonducar, así mismo, se hizo acompañamiento en los trámites de documentos y se dio respuesta a las dudas que presentaron los asociados actuales y potenciales.

FIDELIZACIÓN Y SATISFACCIÓN DEL ASOCIADO

Quinquenios

Como reconocimiento a los asociados que en el año cumplieron 5, 10, 15, 20 y 25 años de vinculación, se entregaron 219 galardones para agradecer su fidelidad y la confianza depositada en el Fondo durante esos quinquenios, lo cual impulsa a seguir trabajando por el bienestar integral de toda la base social.



INDICADOR NPS (NET PROMOTER SCORE)

El NPS es un indicador para medir la satisfacción del cliente y su fidelidad; para su cálculo dentro del Fondo, se solicita a los asociados atendidos que califiquen del 1 al 10 la posibilidad de que recomienden los servicios de Fonducar a sus amigos o colegas de trabajo, teniendo en cuenta su experiencia del servicio. Para lo anterior, participan todos los procesos misionales de la organización: promoción y vinculación de servicios, crédito y ahorro, bienestar y solidaridad.

Durante el año 2022 contestaron la encuesta 363 asociados, de acuerdo a la respuesta obtenida por parte de ellos, el 95,3% son promotores, 4,7% pasivos y 0% detractores.



$NPS = \% \text{ promotores} - \% \text{ detractores} = 95,3\% - 0\% = 95,3\%$

Este resultado evidencia el nivel alto de satisfacción que tienen los asociados con el servicio ofrecido por el Fondo, por ello, el objetivo es continuar brindando un servicio con calidez que cumpla sus expectativas y ofrecer alternativas financieras y sociales que contribuyan a su bienestar.

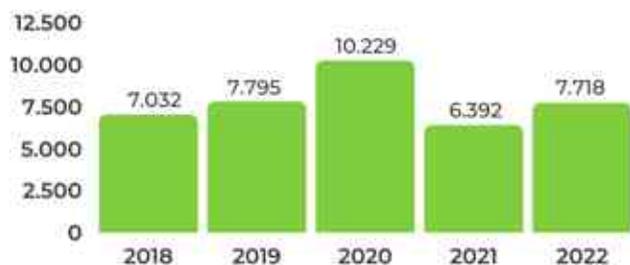
BIENESTAR SOCIAL 2022

El 2022 fue el año del reencuentro, en el cual se retomaron varias actividades presenciales como es el caso de la Fiesta de la Solidaridad, la cual para este periodo agrupó a más de 1.800 personas, entre éstos, asociados en compañía de familiares y amigos del sector solidario.

En el año 2022 se continuó trabajando en pro del bienestar social de los asociados y sus familias, realizándose 13 actividades en total, de las cuales se beneficiaron 7.718 personas, en contraste con el 2021, en el que se llevaron a cabo 19 actividades, con un total de 6.392 participantes.

Cabe mencionar que 2020 podría considerarse un año atípico, teniendo en cuenta que por motivos de la pandemia a causa de la Covid-19, a partir del mes de abril hasta diciembre de ese mismo año todas las actividades de bienestar se realizaron en modalidad virtual, y quedaban grabadas y disponibles en Facebook para que más personas pudieran reproducir los videos y disfrutar de estos contenidos, por otra parte, se llevó a cabo un ciclo de charlas y talleres donadas por los asociados, sumándose a la programación, todo lo anterior permitió incrementar el número de personas beneficiadas.

Los periodos anteriores, del 2018 al 2019, la participación no tuvo mayores cambios si se compara con el 2020, se beneficiaron 7.032 y 7.795 personas respectivamente, lo que significa un incremento en términos de cobertura, con una variación del 11%, se sumaron 763 beneficiados con respecto al año 2018 (ver estadística Beneficiarios de Actividades de Bienestar Social).



Por otra parte, se destaca que la meta de beneficiarios establecida para el POA 2022 se superó, puesto que la

proyección era de 6.000, y se lo logró sobrepasar con 1.718 personas más respecto a lo que se había estimado.



Lo anterior, refleja un crecimiento del 21% en cobertura y atención a los asociados y su núcleo familiar, alineado con una estrategia en la cual se le dio prioridad a las actividades que históricamente tienen más acogida entre la base social, por el gran número de personas que participan de éstas, entre las que se destacan la Fiesta de la Solidaridad (evento que no se realizaba desde el 2020); y los obsequios en fechas especiales, tales como: cumpleaños de asociados, día del maestro y el detalle navideño o de fin de año.

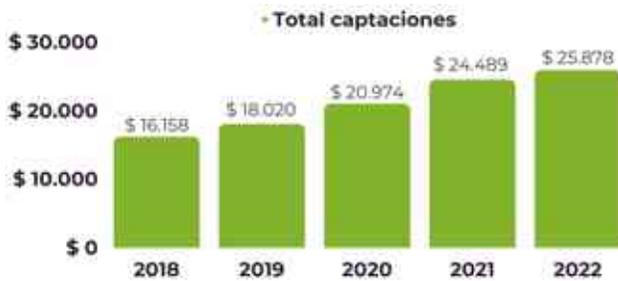
Por último, es importante resaltar que durante el 2022 se continuó aunando esfuerzos para garantizar la prestación de servicios oportunos, pertinentes y cálidos. El reto para el 2023 es ajustar las acciones de bienestar a desplegar, teniendo en cuenta la situación local y global a nivel financiero y social, y siempre enfocados en promover acciones de bienestar para nuestra base social.



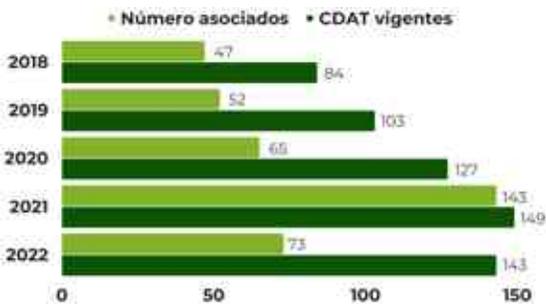
BALANCE ECONÓMICO 2022

Captaciones

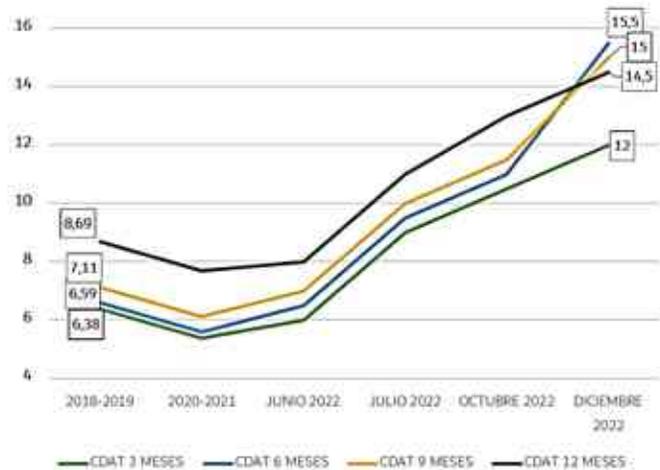
El año 2022 cerró con captaciones totales de \$25.878 millones, el crecimiento real del año es de \$1.603 millones, cumpliéndose la meta establecida. Fonducar ha tenido una dinámica promedio de crecimiento en los últimos 5 años de \$2.500 millones de pesos anuales tal como se evidencia desde el 2018 al 2020, sin embargo a finales del 2020 y principios del 2021 fue un periodo atípico por el efecto de la pandemia y la incertidumbre del mercado que hicieron que los ahorradores prefirieran a Fonducar como lugar de confianza para guardar sus recursos, creciendo en el año 2020 \$3.000 millones de pesos y en el 2021 más de \$3.500 millones. El año 2022 fue un año de estimular el consumo y los ahorradores comenzaron a realizar los proyectos pospuestos lo que hizo que disminuyera la proporción de captaciones, sin embargo, era una estimación y la meta se realizó contemplando la dinámica del mercado para ese año.



Esta línea de ahorro muestra el efecto económico de la pandemia donde en el 2021 que fue un año de incertidumbre, el número de ahorradores aumentó en 143 asociados junto con la cantidad de 149 títulos. Antes de pandemia, la cantidad de ahorradores crecía en 10 asociados y en 20 la cantidad de títulos promedio anual; en el 2022, la línea de ahorro de CDAT captó de \$980 millones, disminuyó la cantidad de asociados con CDAT constituidos en solo 73 personas, pero quedaron 143 títulos vigentes, pues las tasas de interés fueron muy favorables para el año 2022.



Referente a la tasa de interés, históricamente no había subido a tan alto porcentaje de rendimiento como en el 2022, y fue un efecto de carácter mundial. En el 2018 y 2019 las tasas eran de 6.59% en 6 meses y de 8.69% para 12 meses, después bajaron un punto para el 2020 y 2021 y para el 2022 cabe resaltar que en el año se realizó el ajuste de las mismas en cinco oportunidades, todas con incremento de tasa, dejando como mejor oferta de interés la de 15.5% a 6 meses y la de 14.5% a 12 meses.



Un número de 87 asociados adquirieron la tarjeta de Afinidad, para un total de 433 tarjetas activas y 313 asociados con pago de cuenta de nómina para diciembre del 2022. En los años 2021 y 2022 se evidencia la fuerza comercial que ha realizado el equipo para incentivar ese producto dado que los años 2018 a 2020 se mantenían en la misma cantidad en un promedio de 250 tarjeta habientes.

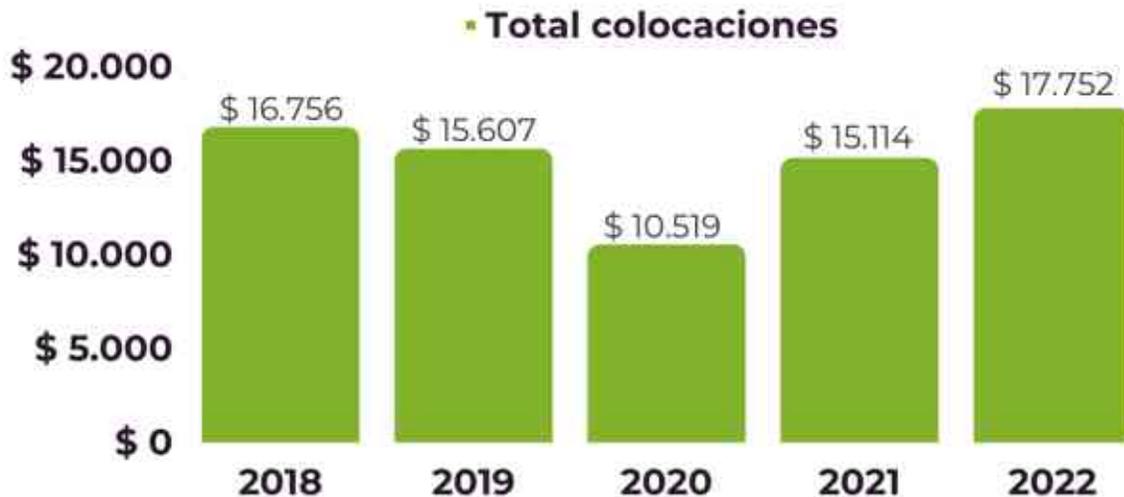


Colocaciones

En los últimos 5 años se ve el crecimiento y dinámica de los créditos otorgados. Para los años 2018 y 2019 se realizaron campañas de compra de cartera dejando esta línea como protagonista a unas tasas de 0.75% M.V y 0.8%M.V con una participación de un 38% y metas cumplidas; para el 2020 se ve el efecto claro de la pandemia en el consumo de los hogares de nuestra base social y del mundo en general disminuyendo los créditos otorgados a solo \$10.500 millones; para el 2021 se comienza a tomar fuerza para dejar el consumo casi con la misma dinámica que venía antes de pandemia.

El año 2022 cerró en \$17.750 millones otorgados, sobrepasando la meta de \$15.718 millones, varios meses de este año crecieron en más de \$2.000 millones otorgados mensualmente, para el fin de año 2022 por las subidas en las tasas de interés comienza a disminuir el crecimiento mensual que tenía.

La línea de crédito con mayor participación al cierre fue la de Libre Inversión con 41%, desplazando la participación de la Línea de Compra de Cartera del primer lugar, quedando ésta con una participación del 29%.



LA BEILA DESPIERTA

El poeta brasileiro Vinicius de Moraes, creador de esa hermosa canción La chica de Ipanema (en coautoría con Antonio Carlos Jobim), hace muchos años poetizó: **El amor es eterno mientras dura.** Sabía reflexión. La eternidad sólo es posible mientras tengamos la convicción de ella. Lo eterno se percibe en un atisbo, en el fragmento de la hora, en el roce de las manos, en el beso, en la concupiscencia de un abrazo que calcina y quema. Ese recuerdo puede instalarse hasta el final de los caminos, erguirse como signo, cicatriz, estría que lastima el alma y las piezas más recónditas de la muerte. Difícil sacársela del vientre, doblemente complicado cerrar los ojos con la esperanza de una ruta nueva para la boca. **¿Quién no ha contemplado en el fuego de los cuerpos lo eterno, lo absoluto, la unicidad?** Sin embargo, y como diría Pablo Neruda, **“Es tan corto el amor y es tan largo el olvido”.**

Entonces el olvido sería lo eterno, por encima del amor que vendría a convertirse en brizna, copo de algodón al aire, botella rota en lo inconmensurable de las aguas; silencio, soledad. El amor duele, sacude las entrañas, quiebra los húmeros. Que se sepa, todos los hombres poderosos –tanto en lo espiritual como en lo humano–, han sucumbido ante los estragos del amor (o del desamor, que viene a ser lo mismo).

Hércules, Sansón, David, Julio César, Calígula, Orfeo, el bello Apolo, para nombrar sólo un puñado, murieron dos, tres y hasta cuatro veces en lo plano de lo físico y terrestre. Nadie ha tenido fortaleza sobre el más pequeño de los dioses (Eros o Cupido), todos han sido derrotados por aquel infante; hasta el mismísimo Zeus, padre de todos los dioses y quien venciera en compañía de los Titanes a su progenitor Cronos, feneció ante las curvas fragorosas de Dánae.

Eso es lo eterno, no el amor como proyección hacia el futuro, como concepto, categoría. El palpito, la sacudida, la arteria henchida de sangre, la caricia, el dedo que recorre la espalda, los miembros hambrientos, las manos transitando una cintura, el sexo marcando nuevas rutas para el vientre, los labios, la lengua, los labios, los labios, los amorosos labios.

Eso es lo eterno, eso es lo que gravita por el éter, lo que se proyecta en las paredes desoladas del tiempo como único vestigio de lo que fue, de lo que alguna vez fue y se sigue repitiendo en otros planos, porque aquella noción de lo eterno, de lo perpetuo, de lo circular está escrito en las páginas del crepúsculo y la noche, trasciende consideraciones humanas, viene de otro espacio y otro tiempo, quizás de otros rostros, de máscaras olvidadas por la historia; noche de los tiempos en que las cosas vibraban y las correspondencias eran posibles en la curva de los relojes y los anticuarios.

Todo vuelve, regresa, las cosas se yerguen ante nuestros rostros como estrellas rojas y negras. El olvido de lo que no puedo dar constancia ni fe carcome la piel, bebe la sangre, hace mella en el corazón. Lo eterno, lo largo, lo infinitamente doloroso devora con sus fauces, del mismo modo en que lo hizo Saturno con sus hijos, el aliento, la pasividad, lo espontáneo. El amor es eterno mientras dura, no importa que dure más para uno de los dos. Quizás una eternidad, esta vida y la otra, esta muerte y la otra, esta resurrección, la que nunca tendremos, la que tal vez perdimos.

TODOS podemos cambiar

Quedé perplejo al ver cómo se cumple al pie de la letra la afirmación de William James: “El descubrimiento más importante de mi generación es que una persona puede cambiar su vida al cambiar su mente”.

El significado de esta sentencia lo estoy constatando en un programa que está pasando un canal nacional. Se trata de un concurso en que se seleccionaron a no sé cuántas personas que denominaron participantes **-mujeres y hombres-**, que ya vienen interpretando sus propias canciones o la de otros autores. Y también eligieron a cuatro cantantes de reconocidos méritos y con aceptación indiscutible en el público, que denominaron *mentores*.

Los mentores seleccionaron al azar a los participantes que dieron muestras inequívocas de que podrían llegar a ser mejores compositores o cantantes corrigiendo las deficiencias que lucían en sus interpretaciones. En el programa se persigue esencialmente (porque todavía no ha terminado) formar a los participantes para que no se limiten a ser únicamente imitadores, sino que logren desarrollar su propio estilo y no se conformen imitando a otros. Pueden alterar tanto la letra como la música y, principalmente, que estén en capacidad de asignarle el tono musical propio a sus composiciones. Naturalmente, está presente un factor aglutinante: la música, donde con la ayuda del pentagrama pueden llegar pronto a acuerdos.

Desde el principio el mentor auspicia la sintonización con el participante, formulándole preguntas sobre su experiencia, el color que prefiere, las vivencias que han marcado su vida y otras de semejante naturaleza, escudriña cuáles son las canciones que le gusta componer o interpretar para descubrir qué emociones se activan, sus aficiones, las razones que lo inducen a interpretar o escribir una canción, qué emoción motivó la canción, por qué la imita o por qué la compone, con el propósito de compenetrarse con el participante. El grado de compenetración que alcance el mentor es la clave para que inicie y culmine su trabajo.

En la práctica otros factores invisibles posibilitan la sintonía entre el mentor y el participante: la empatía entre ellos, el respeto que le inspire en el tema, los lugares comunes que hayan transitado, y más, si un tono musical particular les inspira las mismas sensaciones. El respeto que despierte el mentor como cantante es otro ingrediente que posibilita la sincronización con el participante, ocasión que debe aprovechar el mentor para escanear e identificar toda la gama

de expectativas del participante, qué defectos corregir y qué técnicas utilizar para que la pieza (o canción) a interpretar lleve el sello del participante y no la del autor. Lo interesante es que el participante se mentalice en que debe desarrollar un estilo propio y sea capaz de imponerlo en sus composiciones o interpretaciones.

Las emociones conmueven al ser humano, unas más que otras, y tienen licencia para apoderarse de cualquier atributo de la vida. Siempre hay un motivo, una emoción que impulsa, que inspira, que imprime fuerza a la voluntad para interpretar, desde todas las aristas, los sabores y sinsabores de la vida.

Los valores son la vara de medir nuestras vidas. Dan la talla del significado que tiene la vida para nosotros, de modo que la causa que un participante denuncie para componer o interpretar cierto tipo de canciones, revela la medida de lo que valora, las emociones que lo inspiran; y se encresparán si el mentor lo incita musicalmente con sonidos semejantes. Cuando el mentor alcance a descubrir qué es lo que valora el participante, cuál es la emoción o emociones que detonan la decisión de declarar lo que siente, comprenderá cuáles son las causas que agitan su intimidad. Y en función de este pormenor inicia el proceso de cambio del participante. Lo fundamental para el mentor es atinar con las emociones que determinan la conducta del participante expresadas musicalmente en el campo en que se manifieste. El mentor se compenetra con el participante cuando cuenta con la información que lo sensibiliza emocionalmente, y este es el arma que utilizará para orientarlo.

Con la información que tiene el mentor del participante empieza su trabajo, y en este campo pueden combinarse, porque efectivamente ayudan y acrecientan la sensibilización, la PNL, la meditación, la lectura de trozos inspiradores y aún la escucha de otras canciones que el mentor seleccione para despertar las emociones.

Queda uno deslumbrado al notar cómo se logra un cambio tan fundamental en tan poco tiempo. Y es en este trance donde emerge el destello que me movió tan decididamente a escribir este artículo sobre un tema tan ajeno a los de mi predilección.

Y ahora le concedo razón a Richard Bandler: **“Tratar de cambiar algo despacio es como pretender mantener una conversación de una palabra al día”.**

EL HOMO SAPIENS, LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y WHATSAPP

El tema de las comunicaciones y la llamada Inteligencia Artificial (AI en inglés) se encuentra en el centro de nuestras experiencias de interacción diarias. Desde los mensajes de texto, la poca asimilada posibilidad de diálogo a través de chats, pasando por los asistentes de voz Alexa y Siri, hemos llegado a los famosos chat robots o chat bots.

No obstante, y más allá de la fascinación que despierta el avance tecnológico, todos experimentamos las brechas, los impases y vacíos que suponen dichas herramientas. En mi opinión, el factor clave en el fenómeno está en la sensación de inmediatez de interacción con y a través de dichas máquinas. Pues ellas no son otra cosa que datos y algoritmos procesando, cada vez con mayor velocidad, una posibilidad de “respuesta” en lo que damos en llamar “tiempo real”.

Sin embargo, es llamativo que, al momento de una búsqueda sobre el tema, los algoritmos de los buscadores en Internet nos propongan cientos de textos que explican las ventajas que la IA promete, pero a las ventas y ganancias de las empresas. Los referentes a los beneficios de su aplicación en, por ejemplo, la ayuda de personas invidentes, son marginales, y normalmente aparecen como ganchos para llevar al lector al tema que parece esencial: la mejora de las ganancias.

Las bondades para las empresas van desde la simple disminución de personal en atención al cliente, hasta la posibilidad de identificar por los tonos de voz la disposición de un posible comprador para aceptar o rechazar una venta. Pero desde el punto de vista del usuario, estos artículos tienen muy poco que decir, excepto insistir en que el usuario se actualice tecnológicamente para comprar mejor.

Considero que, desde el punto de vista de las personas, sería pertinente remitirnos a esos largos minutos de supuesto diálogo con el chat-bot de la empresa que nos suministra internet o electricidad.

En mi caso, experimento esos pseudo-diálogos con bots como un curso intensivo de aceptación del orden de las cosas, donde como personas nos resignamos a que es por las máquinas, por la caída del sistema, o el reinicio de la caja registradora que el poco tiempo libre lo gastemos no solo en comprar más, sino en someternos a semejantes dioses electrónicos. Los seres humanos responsables de tal sometimiento quedan ocultos tras la fachada de electrónica.

Si bien es cierto que es mejor informar a la otra persona por WhatsApp de nuestra intención de por ejemplo no continuar un romance (en lugar de ser deshonestos), también es incontestable el otro aspecto. Porque puede que la causa misma de dicha ruptura pase por las infinitas limitaciones de la AI; es decir, que la ruptura sea un acumulado de malos entendidos por las limitaciones de WhatsApp: porque aunque es “inmediata”, esa interacción no reemplaza los acentos, matices, juegos y posibles dudas que captamos en el cara a cara.

En estos casos los emoticones parecen venir en nuestra ayuda, pero lo que pasa con ellos en realidad me permite ilustrar el punto central de este texto: las celebraciones por los avances de la AI en la comunicación están sesgados y cegados por el interés económico de los dueños de sus patentes y de las grandes empresas.

Tales actores apuntan con la AI a la compilación y procesamiento de ingentes cantidades de datos en función del modelado predictivo y del machine learning, en una lucha constante por el control del mercado y del comprador.

Debemos pensar en que, para que “funcionen” electrónicamente, los emoticones implican una reducción drástica de la realidad de las personas. Solo recordemos que, primero, nuestros gestos para expresar emociones no se reducen a la parte superior de la cara; segundo, nuestras emociones alcanzan tal variedad de matices y superposiciones que, en el caso del budismo, se cuentan por miles las llamadas “emociones” perturbadoras.

En ese contexto es que emerge lo absurdo de la anécdota con la que quiero cerrar mi reflexión:

“(en 2019) Se conocía el primer caso de una estafa que fue perpetrada mediante una llamada telefónica, sintetizando digitalmente la voz del CEO de una compañía británica del sector de la energía. Realizar algo similar en el ámbito del vídeo está alcanzando unos niveles de sofisticación (...), que la capacidad humana, sin asistencia artificial, no sea capaz de diferenciar realidad natural de la realidad artificialmente sintetizada.”*

Cómo entenderá el lector, en su uso predominante, la AI reduce a datos la realidad de las personas y la vida, para imponerla de regreso como la realidad verdadera. Pero esa verdad es la realidad de los interesados en comprar y vender no sólo lo que comemos, sino lo que sentimos y anhelamos para, a través de algoritmos y herramientas predictivas, inducir nuestro gusto y consumo a través de publicidad y objetos personalizados. Así que depende de nosotros cultivar la capacidad crítica, y orientar la tecnología a la mejora de nuestras interacciones en términos de cooperación y asistencia mutua que es lo que nos define, según la antropóloga Margaret Mead, como Homo sapiens.

Miguel Lucas.

En

<https://www.revista-uno.com/33-revista-uno-tecnologias-exponenciales/inteligencia-artificial-y-comunicacion-un-desafio-mas-alla-de-la-tecnologia/>



DE LA ECONOMÍA DEL MIEDO

“Nos guste o no, el sistema económico global que hemos creado, está generado por el miedo que no nos atrevemos a enfrentar. Y que ahora mismo no sientas ningún miedo, no quiere decir que no haya miedo dentro de ti a algún nivel inconsciente. Al contrario, lo más probable es que muchas de las decisiones que tomes hoy, estén diseñadas para que no te enteres del miedo que pulula ahí abajo en tu psique.”

(Pino Bethencourt Gallagher)

Joaquín Estefanía, publicó un libro que tituló: **“LA ECONOMÍA DEL MIEDO”**, en él habla del debate que ha regresado a nuestra sociedad, después de un siglo: el debate sobre el equilibrio que hay entre democracia y mercado, el cual Mauricio Andrés Ramírez Gómez resume así: “...las asimetrías en las economías de mercado actuales han determinado distintos escenarios de disyuntiva entre lo económico y lo social, quedando cuestionada la real capacidad de creación de espacios de participación democrática, los que se confrontan con una realidad que niega constantemente los derechos fundamentales de los individuos. Se pregunta Mauricio Ramírez, si la democracia es la antítesis del capitalismo y argumenta que el estado de bienestar representa un escenario de conciliación.

La naturaleza y profundidad de tal debate bien podría considerarse reflejado en la siguiente alegoría que alguien escribió según Estefanía, y en ella, la Gran Recesión le habla a los perdedores: “Lamentamos sinceramente el destino que habéis tenido, pero las leyes de la economía son despiadadas y es preciso que os adaptéis a ellas reduciendo las protecciones. Si os queréis... enriquecer debéis aceptar previamente una mayor precariedad”.

Aclara Estefanía que su obra no está de acuerdo con esa idea de salida de la crisis, y remata luego con una afirmación categórica: “para conseguir el control de la crisis se ha instalado la Economía el Miedo”.

El miedo como emoción natural, que se caracteriza por experimentar una sensación desagradable e intensa frente a la percepción de un peligro real o imaginario, que paraliza o produce inacción, es algo que en los tiempos que corren está muy presente, en los que como él lo afirma **“no solo asistimos a la globalización de la economía, sino a la aparición del terrorismo global”**.

Este último considerado una enfermedad del alma que



genera miedo en los ciudadanos, ya que psicológicamente interrumpe sus hábitos normales de vida, mientras que el Miedo, que en las sociedades históricas comenzó siendo algo positivo para la misma conservación de la especie humana, hoy en nuestra contemporaneidad dados los altos niveles de incertidumbre que se dan tanto en la esfera política como en la económica se ha convertido en un aliado de ese poder (político-económico), quien lo utiliza estratégicamente con fines de dominio social.

Nos han inoculado el Miedo y nuestro subconsciente se ve permanente desbordado por los augurios y pronósticos negativos propalados desde los escenarios de poder.

La Economía del Miedo, se nos describe como un “sistema en la que la mayoría de los líderes y decisores están funcionado en la huida de sus emociones, se siente bien porque no se paran a sentir nada, y si surge algún sentimiento negativo rápidamente se medican para neutralizarlo. Ésta es una economía plagada de proyectos inútiles, inversiones que nadie aprovecha, entretenimientos y comida rápida que nadie saborea ni recuerda, porque todos están corriendo a toda velocidad en su huida de sí mismos. Es un montón de movimientos inútiles que lo contaminan todo para no crear gran cosa escribe...”

El modus operandi de la Economía del Miedo, se expresa y evidencia permanentemente en el discurso económico convencional, notoriamente amplificado por la infraestructura mediática, las diversas redes sociales y toda la estructura al servicio del poder económico, quien está altamente interesado en captar la atención de las sociedades modernas, en éste advierten, a la

manera de la novela “Presagio”, del premio Nobel de Literatura colombiano, Gabriel García Márquez, que algo malo puede suceder. Son mensajes subliminales, otros infundidos de manera directa que se van penetrando en nuestra mente, en nuestra psiquis, que van captando nuestra atención y que terminan por exponernos a consecuencias desastrosas para la economía y desde luego para el bienestar de la población, como la afección de la salud física y mental.

Formas explícitas de difundir el discurso en Colombia: “Van a acabar con el sistema de salud”, La reforma a la salud pondría en riesgo “la vida de los colombianos”, “Nos van a dejar sin gas”, “Se tomaron los servicios públicos”. “Tengo miedo”, expresó recientemente un destacado líder de la política conservadora colombiana, por el rumbo de la economía en el gobierno de Gustavo Petro”.

“El PIB de Colombia se desacelerará al 1.3% en el 2023, afirma el Banco Mundial”

“Líderes empresariales se pronuncian: habrá recesión global en 2023”

“Líderes empresariales planean recortar costos significativamente, en respuesta al entorno económico negativo”, **¿cuál es la implicación de ese recorte en la generación de empleos?, ¿Cuál en el nivel de salarios para los trabajadores?, ¿Cuál en el bienestar general de la población?**

Para estos líderes empresariales las tensiones geopolíticas seguirán pensando fuertemente en el rumbo de la economía mundial, anticipan que las políticas monetarias y fiscales seguirán endureciéndose en Europa y EE.UU. **¿No es esto acaso una expresión cruda fiel y auténtica de la Economía del miedo?**

Alfredo Zaiat, afirma que el objetivo de ese discurso es diseminar temores, es disciplinar a una sociedad para que acepte situaciones que serían rechazadas si fueran ofrecidas en un contexto de total normalidad. El miedo es el vehículo para condicionar el comportamiento social. En una era de incertidumbre global, la meta es imponer de ese modo políticas impopulares concluye.

Dice, además, que Estefanía, rescata una viñeta del dibujante “El Roto”, que resume con mucha claridad este tema de la Economía del Miedo: “Tuvimos que asustar a la población para tranquilizar a los mercados”, dice un hombre de traje y corbata desde un balcón.

Bibliografía:

1. Estefanía, Joaquín. La Economía del Miedo. 20/12/2001(Resumen)
2. Portafolio 16/01/2023
3. Zaiat, Alfredo. Página/12. 2013
4. Informe de Evaluación Global de la ONU 26/04/2022
5. Semana 30/12/2022



Arte y literatura para construir la paz

«El arte es lo que resiste: resiste a la muerte, a la servidumbre, a la infamia, a la vergüenza.»

Gilles Deleuze

Son muchos los impactos educativos que se desprenden de la creación y degustación del arte y la literatura en el ser social y su mundo circundante. Las **artes** y la literatura funcionan como herramientas valiosas en la construcción de cultura de paz y el manejo inteligente de los conflictos. Para corroborar esta afirmación, son notables los ejemplos de países, que después de prolongadas guerras internas, se atrevieron a ensayar modelos de convivencia más justos, donde la alianza artes-educación al servicio de la vida, evidencian resultados admirables.

Las ideas básicas sobre el ser y el deber ser del arte en la sociedad, nos permiten considerar que las artes son representaciones simbólicas, fuentes de gozo estético, y formas sensibles de conocimiento. Participan de este “universo simbólico” (E. Cassirer) todo proceso cultural, y la creación de artefactos artísticos, elaborados con fines estéticos y expresivos.

Tales procesos los asumimos como constructos de lenguajes a través de los cuales el artista se expresa con códigos especiales: lingüísticos, plásticos, sonoros, materiales, corporales y lumínicos. A estos se suman los dones de la imaginación, que articulados al proceso artístico, configuran narrativas de la realidad interior y exterior del artista.

La **literatura**, a su vez, es “las bellas letras” y una de “las bellas artes”, tan antigua, pero siempre jovencísima que tiene como medio de expresión la palabra escrita y la palabra oral (literatura verbo-motora: W. Ong), con sentido artístico y la finalidad de comunicar bellos sentimientos y sublimes pensamientos. Razón tenía F. Giner cuando dijo que “las bellas letras son la carne y la sangre de la historia”. Y, en contrapunto, al concepto clásico de arte lo acompaña hoy el de la “estética de lo feo” (lo esperpéntico).

Por otro lado, son incontables las funciones de las artes. Es decir, que el arte produce conocimientos, mientras que comunica y expresa elementos de nuestra esfera emocional. El arte, además, nos convoca al asombro y nos incita a la contemplación. Tiene el poder de generar conciencia crítica y sensibilidad estética,

social, política y cultural; cumple funciones, lúdico-creativas, terapéuticas; educa los sentimientos; satisface el trance hacia la plenitud liberadora; incluso, cumple funciones mercantiles, industriales y propagandísticas. Ampliando el foco, el arte incuba y difunde utopías e invita a soñar. Las artes ejercen un poder sensibilizador sobre el público destinatario. El artista y su obra engendran metáforas del mundo, se inspiran en la condición humana, en la Naturaleza, en las lágrimas del cosmos, y nos revelan la idiosincrasia de un pueblo, y “el espíritu de una época”, como decía el filósofo Hegel.

Dentro de una perspectiva psicodinámica, surge la sinergia de las artes con fines recreativos o curativos, mediante talleres de cine, poesía, literatura, teatro (drama: juego de roles), danza y movimiento, pintura, música, declamación, oratoria, cuentería, humorismo...).

La experiencia de comunicación artística es connotativa, la cual despierta signos de encantamiento y desata lo impredecible, o sea, la intuición que sospecha y atrapa el misterio, según se den los casos o circunstancias que nutren la “arquitectónica” (M. Bajtín) y el sentido estético y ético de una obra de arte.

La misión sagrada del arte y la literatura es embellecer el mundo y la vida, incluido el sueño con aquella muerte que nos resucita para la eternidad. Por ello, especial atención merece la función que cumplen las estrategias de creación artísticas como métodos de exploración psicofísicos y de trascendencia espiritual. El fin es desarrollar la estética de “las inteligencias múltiples” (H. Gardner), entre ellas las habilidades del cuerpo y las del alma: la integridad axiológica de la persona.

Se resalta aquí cuan grato es sentirse uno como protagonista y como público destinatario interconectado como personas, a través de múltiples lenguajes puestos en escena: la palabra viva, la palabra mágica, alquímica, la gestualidad, los movimientos corporales (kinésica); las sonoridades melodiosas, la línea figurativa, la geometría de la luz y de la sombra que engendra el encanto de los colores... la “semiosis ilimitada” (U. Eco).



Con las artes, se experimentan diversas, sensaciones, emociones, cogniciones y cogitaciones: sensaciones de relajamiento, de autodominio, de placer emocional y sensorial; de júbilo racional y fruición intelectual.

¿Cuál es la esperanza que nos depara la alegría de aprender, aprehender, desaprender y disfrutar el manjar del arte y la literatura? La “película” consiste en saber construir la paz interior que nos lleva a elaborar el perdón de sí mismo, el perdón a los demás y a aceptar la reconciliación con el otro polarizado, o haciendo parte constitutiva del cuerpo comunitario.

En verdad, es correcto admitir que el **arte** y la **literatura** son recursos benéficos y creativos para el manejo artístico, inteligente del conflicto, cualquiera que sea su naturaleza. **¿Acaso esto se infiere por causa del poder de transformar procesos psicosociales y espirituales que poseen estas dos elevadas expresiones de la cultura humana?** Obvio, elemental.

Como resultas, terminamos comprendiendo que el cambio cualitativo pasa de ser promesa, a ser objetivo conquistado, al permitir que las personas logren la apertura de su ser; al provocar el *autodescubrimiento* y el *descubrimiento* del otro.

En definitiva, es de sabios acercarnos al bien de la felicidad. Es recomendable el rumbo de cultivar el bello potencial del arte y la literatura, en la vida privada, en la soledad con sus tensiones y lagunas apacibles; en el ámbito de lo público, en el contexto empresarial y/o institucional–.

Creemos que es posible alcanzar estilos de vidas más saludables, inteligentes, más humanos. Desde luego, compartiendo una propuesta de desarrollo multilateral, porque la educación centrada en las artes, por sí sola, no puede dar cuenta absoluta del estado de bienestar que amerita un pueblo, un sueño terrenal, un proyecto celestial.

Creemos que, gracias al exquisito contingente del arte y la literatura, es posible disfrutar la humanización, el festejo de la palabra, mil experiencias de libertad, y el ideal de liberación integral.

¡Manos a la obra!

Adiós al juglar de los Montes de María

En enero Joche se cogió/un mochuelo en las Montañas de María/ Y se lo regaló no más/ Para la novia mía.

En ese mismo mes de enero en que Joche se cogió el mochuelo fue el fatídico accidente que le costaría la vida al más grande juglar de los Montes de María y de la música de acordeón, Adolfo Pacheco Anillo. Coincidentalmente un 19 de enero, la misma fecha en que la cantante Patricia Teherán falleció en un accidente de tránsito.

Adolfo Pacheco nació un 8 de agosto del año 1940 (como lo narra en su canción Mi niñez) de las entrañas de Mercedes Anillo y su esposo Miguel Pacheco en su natal San Jacinto, tierra de folclor, cultura, gaitas, artesanías y de grandes músicos como Andrés Landero y Toño Fernández. Ambiente propicio para desarrollar su talento artístico que heredó de su abuelo quien fue un tocador de gaitas. Compuso muchas canciones que fueron grabadas por reconocidos músicos entre ellos Otto Serge, Beto Zabaleta, Diomedes Díaz, Poncho Zuleta, Carlos Vives, entre otros.

Entre sus más destacadas canciones se pueden mencionar La hamaca grande, Gallo bueno, El tropezón, El viejo Miguel, La enredadera, El pintor, Mi canto de cisne, El mochuelo, Mi niñez, El bastardo, Mercedes, Me rindo majestad, entre muchas más que nunca las dejaremos de escuchar. La canción Me rindo majestad era últimamente una de las más escuchada en las estaciones radiales y las redes sociales desde que el Padre Lineros decidió dejar el sacerdocio y contó que esta canción encerraba el mensaje de su decisión. “Desde ese día se disparó la canción y también mi economía”, expresó Adolfo Pacheco en una presentación.

Adolfo Pacheco era un verdadero contador de historias campesinas, pueblerinas y populares de su natal San Jacinto y de los Montes de María, comparativo con ese juglar de la Edad Media que iba de pueblo contando historias y dando noticias en versos que de acuerdo con el periodista y escritor Juan Gossaín, son los cimientos del origen del vallenato. En la canción Gallo bueno nos cuenta la singular historia de las reacciones de los celos de Carmen García ante la posible infidelidad de su esposo, lo que generó hasta tiros en el barrio, gente corriendo despavorida y sanciones ejemplares ante lo que el compositor afirmó: “Yo no tengo la culpa, si las mujeres me buscan, tal vez por algo será”.

En la canción Mercedes nos narra la propuesta amorosa que le hiciera a la mujer que lleva el nombre de la canción donde le propone llevarla a conocer La Popa, La Boquilla, las playas y pasar la luna de miel en el hotel Caribe en Cartagena, ante tal propuesta romántica Mercedes le responde inteligentemente; “No me entrego, ni me vendo, ay negro, del rancho salgo casada”. El cordobés nos cuenta

su gran amor y afición por los gallos de peleas que mantuvo hasta sus últimos días de vida en su finca cerca de San Jacinto. El viejo Migue presenta todos los sentimientos que generó en la familia la ida de su padre para la ciudad en busca de mejores condiciones de vida dejando atrás todos los recuerdos de su tierra, en esa canción él afirma que, “A mi pueblo no lo llevo a cambiar, ni por un imperio...”.

Sin lugar a dudas en cada una de las historias Adolfo Pacheco reafirma ese gran don de compositor y trovador para contar esas historia pueblerinas con gran versatilidad y sabrosura cultural para los oídos. La Hamaca Grande recoge toda esa magia cultural del compositor al inmortalizar esa gran metáfora, “Y llevo una Hamaca Grande, más grande que el cerro e´ Maco (bis), Pa´que el pueblo vallenato, meciéndose en ella cante”. En ella le muestra toda esa riqueza cultural sabanera de los Montes de María a los vallenatos, por ello a él nunca le gustó que en la expresión “música vallenata” se encerrara todo lo que se tocara con música de acordeón, fue un férreo defensor de la música sabanera por la identidad propia que la diferenciaba del vallenato.

El poeta sanjacintero Fredy Chamorro, coordinador de la Fiesta del Pensamiento expresa que Adolfo Pacheco “es el personaje más ilustre que ha parido San Jacinto, sin duda por el enorme aporte a la música en todos sus géneros, a la poética y literatura a través de cada una de sus composiciones llenas de un sinnúmero de figuras literarias que hacen de sus canciones verdaderos poemas a la vida, al campo, al mito, al amor y a todas las formas de sentimientos. El legado cultural de Adolfo será difícil superar en el presente y en el futuro por cualquier sanjacintero”.

San Jacinto, Los Montes de María y Colombia despiden al cantautor del Mochuelo que de ahora en adelante cantará en la eternidad junto a los otros juglares fallecidos, la parranda será en el cielo y allí se escucharán sus hermosas composiciones meciéndose en la Hamaca Grande, al lado de una pelea del gallo donde el Cordobés sea el protagonista, con los recuerdos de Mercedes en Cartagena, la pavimentación del barrio Gallo Bueno y sin ningún Tropezón que te tropiece.

Adolfo Pacheco seguirá pintando el universo con sus hermosas composiciones como lo hacía Pedro Pérez El Pintor, gracias por el gran legado musical que entregaste a tantas generaciones que pudieron disfrutar de tu música en familia. Nuestro gran deseo es que su cuerpo repose en su natal San Jacinto porque los hombres grandes cuando mueren dejan de pertenecer a su familia y entran a ser parte del pueblo que lo quiere, que se cumplan el mayor deseo del poeta cuando dijo: “A mi pueblo no lo llevo a cambiar ni por un imperio”, descansan en paz Maestro.



La crisis sanitaria vivida especialmente entre 2020 y 2021, nos permitió reflexionar sobre el sentido de la educación y de ser maestros y maestras amadores como denominan Simmons y Maschelin (2014). Sin una pretensión de remplazar a madres padres o cuidadores, la heterotopía (cambio de lugares, diferentes espacios para el acto educativo) manifiesta durante la pandemia, resalta la importancia de cuidar al ser y atender saberes y haceres más allá de la respuesta a indicadores de calidad.

Un primer reto sería volver al ser; reconocer rostros e historicidades de los sujetos que enseñan y aprenden; de esta manera, se podrá contextualizar el acto educativo y se podrán definir rutas de atención y formas de acompañamiento del proceso educativo.

Un segundo reto es cambiar las prioridades. Antes de priorizar temas se deben priorizar aprendizajes, así se le resta al carácter asignaturista de los procesos que son transversales en la formación. Una revisión de este reto está dado por ejemplo; en que un niño o niña que vivió la etapa preescolar a través de una pantalla no atendió cabalmente a dinámicas de su formación y requeriría nuevos contactos con el mundo.

Los estándares y Derechos Básicos de Aprendizaje en educación básica y media, precisan saberes por niveles, pero la pandemia al dificultar el desarrollo de todo lo contemplado en una malla curricular, permite insistir en que más que “poner al día en temas” se debe cuidar y atender qué aprendizajes serán significativos para avanzar.

Lo anterior mueve un tercer reto:

concretar el trabajo interdisciplinario y el trabajo en proyectos transversales que se promulga, pero poco se concreta. Preguntarse, por ejemplo: **¿Cómo desde el arte pueden trabajarse actividades que luego nutran el recurso de una exposición en otro curso?**

Un cuarto reto está en la dinamización y fortalecimiento de las nuevas tecnologías al servicio de la educación. Se requiere apoyo en formación en el manejo de plataformas digitales y proveer de recursos a las Instituciones educativas. Lo de nativo digitales no se aplica absolutamente a todo el estudiantado.

El trabajo virtual de acuerdo a varias investigaciones, evidenció que no era una garantía ser o no ser un nativo digital, pues la población estudiantil solía ser más una nativa de redes y no de plataformas educativas donde se les dificultaba su uso y avance en el proceso educativo.

Realmente son más de cuatro retos los que se podrían señalar, y nombrarlos del 1 al 4 aquí, no obedece a orden de importancia. Lo importante es precisar cuáles son generales y cuáles se definirían con base al contexto en que nos movemos como agentes de la educación.

Lo que siempre debe estar por encima es el ser. El reconocer la humanidad de quienes hacen posible el acto de educar, significa ser coherentes con el hecho de que la formación es en sí humana. Pensar y cuidar el ser es el reto clave que impulsa a la educación postpandemia.

Sudoku

	8						3	
			6		8			
4			7		2			1
		9	3		7	1		
		7	9	1	4	6		
8								9
	9		1	4	3		7	
	5		7				1	

	3		4		1		5	
	1	6		7		8	3	
2			3		9			6
		2				6		
			9	5	8			
		3				9		
1			5		6			8
	8	5		9		1	6	
	2		8		3		9	

	5	1	9		4			
			5		7	9	3	
				2				
8		7						5
	9				3		1	6
5		3						2
				7				
			4		5	7	9	
	7	2	3		1			

SOLUCIÓN ANTERIOR

4	5	8	7	6	9	1	2	3	2	6	8	1	3	5	4	9	7
1	2	3	8	4	5	6	9	7	9	1	5	2	4	7	3	8	6
6	7	9	2	1	3	8	4	5	7	3	4	6	8	9	1	5	2
9	1	2	3	7	4	5	8	6	1	2	9	5	6	3	7	4	8
3	6	4	5	8	1	9	7	2	5	7	3	4	2	8	9	6	1
7	8	5	6	9	2	4	3	1	8	4	6	9	7	1	5	2	3
5	9	1	4	2	7	3	6	8	3	5	2	8	1	4	6	7	9
2	3	6	9	5	8	7	1	4	6	9	1	7	5	2	8	3	4
8	4	7	1	3	6	2	5	9	4	8	7	3	9	6	2	1	5

9	6	7	1	2	3	4	5	8
1	2	8	4	5	6	7	9	3
4	3	5	7	8	9	6	1	2
2	8	3	5	6	4	9	7	1
5	4	1	9	3	7	2	8	6
6	7	9	8	1	2	3	4	5
7	5	2	6	9	8	1	3	4
3	1	4	2	7	5	8	6	9
8	9	6	3	4	1	5	2	7

FONDUCAR INVITA A SUS ASOCIADOS Y FAMILIARES A ESCRIBIR EN LA REVISTA EL CARDUMEN

Temas: Economía solidaria, salud, familia, solidaridad, derecho, entre otros.

Se definen los siguientes lineamientos:

- Escritos que no contengan temas partidistas, que presenten posturas políticas.
- Escritos que no contengan temas religiosos, moralistas o discriminatorios.

El Comité Editor aprobará los documentos a publicar.

Apreciado(a) lector(a): envíe sus comentarios sobre las publicaciones de la revista elcardumen@fonducar.com



Fonducar Expresa *Sentidas Condolencias A:*

- La asociada Romy Luz Gómez Mora, por el fallecimiento de su madre, señora Elvira Mora Quintero.
- El asociado Jaison Acuña Peinado, por el fallecimiento de su señor padre, Jorge Acuña Echeverría.
- El asociado Wilfrido Coronell Rodríguez, por el fallecimiento de su señora madre, Lenys del Carmen Rodríguez de Coronell.
- La asociada Mercy del Socorro Jurado Olivo, por el fallecimiento de su señora madre, Mercedes Olivo de Jurado.
- El asociado Jaison Acuña Peinado, por el fallecimiento de su señora madre, Griselda Peinado Villarreal.
- La asociada Cherlys María Infante Jiménez, por el fallecimiento de su señora madre, Ana Delfa Jiménez Vera.
- La asociada Aura Machuca Argaes, por el fallecimiento de su señor padre, Mario José Machuca Turizo.
- La asociada Arianna Zunilda Castro Puello, por el fallecimiento de su señora madre, Dayra Puello De Castro.
- La asociada Magola Candelaria Gómez Bush, por el fallecimiento de su señor padre, Israel Antonio Gómez Montero.
- El asociado Ricardo Vivas Reyes, por el fallecimiento de su señora madre, Rubria Reyes Guzmán.
- El asociado Javier Marrugo Cano, por el fallecimiento de su señora madre, Cándida Cano de Marrugo.
- La asociada Lidys Agámez González, por el fallecimiento de su hijo, Santiago Cortina Agámez.
- El asociado Edilbert Enrique Torregroza Fuentes, por el fallecimiento de su señora madre, Zaida María Fuentes de Torregroza.
- El asociado Ales Jacobo González Grau, por el fallecimiento de su señor padre, Jacobo González Puello.
- La asociada Gloria Del Carmen Bello Doria, por el fallecimiento de su señor padre, Miguel Bello Díaz.

Notas Sociales

Fonducar hace reconocimiento y extiende felicitaciones a:

- La asociada Daniela Julieth Gordon Pérez, por el nacimiento de su hija Isabela María Acosta Gordon, quien nació el 18 de noviembre de 2022.
- La asociada Eliana Mercedes Narváez Utria, por el nacimiento de su hija Yira del Carmen Hurtado Narvaez, quien nació el 11 de diciembre de 2022.
- La asociada Shirley De La Barrera Quejada, por el nacimiento de su hija Alina María Hernández de la Barrera, quien nació el 02 de enero de 2023





Galería Fonducar



Fiesta de la solidaridad



Momentos de la **inauguración** nueva oficina Fonducar

