

El arte de cambiar una localidad desde sus narrativas

Lenin Martell Gámez

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UAEM

Introducción ¿Qué tienen que ver las narrativas de una localidad con el cambio social?

Actualmente es imprescindible que las personas que formamos parte de la Academia dialoguemos con diferentes grupos sociales y que estos externen sus inquietudes, puesto que se requiere una conversación incesante para saber cuáles son nuestros problemas y el diálogo y la comunicación son la mejor forma de resolverlos. ¿Qué tienen que ver las narrativas de una localidad con el cambio social?, comenzaré por contar mi propia narrativa.

Crecí entre el Estado de México y la Ciudad de México entre las décadas de 1970 y 1980, muchos años después, entre México y Estados Unidos. Soy de una generación que creció con movilidad social en el país. Mi papá proviene de un pueblo minero del norte de México llamado Laguna del Rey, Coahuila, mi mamá de un pueblo campesino de Tamaulipas. Gracias a las posibilidades de desarrollo económico que ofrecía el país — debido a que el Producto Interno Bruto (PIB) creció, en dicha década, en promedio, 6% anual, cifra que probablemente no volvamos a ver en los próximos años — mi madre, mi padre, sus hermanas y hermanos pudieron ir a la universidad y convertirse en clase media real, había

alimento suficiente y seis de mis hermanos, incluido yo, tuvimos la oportunidad de estudiar en la universidad, la mayoría estudiamos doctorado y en el extranjero.

También soy de la generación, cuyo entorno, pasada la década de 1980, cambió y en diversos sentidos: se acentuó la corrupción — que siempre ha sido nuestro gran padecimiento — no existían mecanismos reales de democracia, el sistema político mexicano se caracterizaba por la subordinación de los poderes Legislativo y Judicial al presidente de México y de partido hegemónico (Partido Revolucionario Institucional) por lo que no había posibilidad de alternancia, cuando José López Portillo compitió por la presidencia de la república, en 1976, no existía un organismo autónomo encargado de organizar las elecciones.

En la década de 1990, la juventud observábamos que mientras en México todo permanecía estable, el mundo drásticamente estaba cambiando, basta recordar la caída del Muro de Berlín en 1989, y la juventud de ese entonces que veíamos estos cambios, también buscábamos un desarrollo social, democracia, paz, entre otros.

A mitad de la década de 1990, en México, se desarrollaron sucesos importantes, como la crisis económica más virulenta de su historia; la juventud que pudimos conseguir una beca, decidimos dejar México por mucho tiempo y sin un boleto de

regreso, quizá porque no veíamos un futuro, en ocasiones pienso lo mismo de mis estudiantes.

Después de varios años en el extranjero, decidimos regresar porque nos percatamos que había una nueva conversación así como posibilidades de un cambio. La juventud de aquella generación, actualmente somos los responsables del país, quienes, además, pensamos que no había forma de transformar a México y que criticamos a generaciones pasadas por reproducir patrones de corrupción y conductas anticívicas; dicha responsabilidad se nos está yendo de las manos porque no somos capaces de crear conversaciones exitosas con otros grupos sociales o con las personas más jóvenes para comunicar a estas nuevas generaciones qué nos funcionó y qué no.

Las mexicanas y mexicanos tenemos problemas comunes, por ejemplo, en el aula, ¿cómo contestar a un estudiante cuando hace una pregunta más allá de lo cognitivo?, en el servicio público, el cual enfrenta problemas cotidianos, ¿cómo responder para ayudar a resolverlos?; tal cuestión es, probablemente, la razón más fuerte que me hizo regresar a México y convertirme en servidor público.

Es difícil avanzar hacia la democracia en México, principalmente cuando provenimos de familias autoritarias, porque la idea de democracia no es una cuestión abstracta, sino que la vivimos día a día desde que nos levantamos, salimos de nuestras casas, tomamos los autobuses, comemos, platicamos, conversamos, discutimos, etcétera.

A nuestra generación le corresponde construir vías democráticas, pero nadie se ocupó ni preocupó por enseñarnos a qué nos referimos cuando hablamos de democracia.

Cuando les pregunto a mis estudiantes norteamericanos cuándo supieron por primera vez lo que dice la Enmienda I de su Constitución, les causa gracia porque no recuerdan desde cuándo, ya que desde su niñez saben y lo tienen presente que se trata de la libertad expresión o de prensa. En contraste, cuando hago la misma pregunta a mis estudiantes de licenciatura en México, en relación con el artículo primero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) tienen duda de cuándo lo aprendieron, y lo que es peor, no lo tienen asimilado en sus vidas cotidianas. Esta situación es verdaderamente grave, es lo que viven las nuevas generaciones; es difícil construir diálogos si las acciones autoritarias que vivimos en nuestro ámbito personal, las reproducimos todo el tiempo en el espacio externo.

Por tal motivo, el objetivo de este trabajo es reflexionar sobre cómo la comunicación nos puede ayudar a resolver problemas a través del diseño de estrategias narrativas que contribuyan al cambio social y al desarrollo democrático de una localidad.

Modelo de comunicación crítica

Existe una magnífica palabra: reconocimiento; debemos reconocer que la comunicación

es el centro de los problemas; por ejemplo, en lo concerniente a las campañas políticas en México, no tenemos evidencia que en alguna de ellas se haya colocado a la comunicación como el epicentro de los problemas, se plantean temas como la seguridad, el desempleo, que son fundamentales, pero no se reconoce a la comunicación bajo este enfoque.

A través de cifras que nos ofrece el Banco Mundial (BM) sabemos que la educación de calidad puede contribuir a abatir la pobreza, a mejorar tasas de crecimiento económico y a abatir la desigualdad del ingreso, pero no sabemos cómo evaluar una comunicación, cómo ésta nos podría llevar a la prosperidad o para qué nos sirve evaluarla. La comunicación también es parte de la rendición de cuentas, está relacionada con participación ciudadana, paz social y construcción ciudadana.

¿Cómo crear un modelo de comunicación que ayude al mejoramiento de nuestras localidades?, ¿cómo pensar a la comunicación a manera de epicentro y no solamente a modo de aparato de imagen? Porque la comunicación es más que un vestuario, zapatos y una corbata bonita, es hablar de un modelo de comunicación crítica; dicho modelo no debe ser autoritario, debe ser eficiente, empático, racional, efectivo, cooperativo, veraz, informativo, relevante, claro, preciso, plural, pero, fundamentalmente, que celebre la diversidad. La comunicación debe ser lúdica, estética,

tiene que llevarnos al reconocimiento de las demás personas y de su trabajo diario.

¿Cómo aplicar el modelo? Antanas Mockus, exalcalde de Bogotá

Antanas Mockus (Bogotá, 25 de marzo de 1952) es un político, profesor de Filosofía y matemático colombiano. Fue alcalde de Bogotá en dos ocasiones (1995-1998 y 2001-2003), donde, al tener poca paciencia con la sabiduría popular, se le ocurrieron diversas actividades que engloban el modelo de comunicación crítica; es decir, maneras creativas e innovadoras que no requieren dinero, sino talento y reconocimiento de la ciudadanía.

Antanas creó unas tarjetas ciudadanas a raíz de los graves problemas que había en la capital colombiana de tráfico vial. “Tarjetas, con un lado blanco y otro rojo, fueron repartidas a la población masivamente. El lado blanco muestra una mano cuyo dedo pulgar está extendido hacia arriba. Una leyenda dice “Bogotá coqueta”. El lado rojo muestra una mano cuyo dedo pulgar está extendido hacia abajo, la convencional señal de censura. Inicialmente, estas tarjetas fueron elaboradas y repartidas con el apoyo de la empresa privada. Se difundieron en centenares de miles de unidades y se distribuyeron tanto a las personas que van a pie en la vía pública como a quienes conducen sus vehículos” (Mockus, 2001: 9 y 10). Entre algunos resultados del

uso de dichas tarjetas es que la cara roja con el pulgar abajo era usada para censurar comportamientos indebidos tales como no obedecer las señales de tránsito, y la cara blanca con el pulgar arriba para reconocer comportamientos positivos como darse la vuelta correctamente. Con esta actividad lograron disminuir accidentes de tráfico y mejorar la educación vial. De acuerdo con Mockus, el mensaje básico era “Control social interpersonal posible y deseable” (2001: 21).

Otro aspecto relevante fue que el alcalde se percató de lo importante que es reconocer y escuchar a la otra persona, reconocer quién es la ciudadanía y buscar su talento, lo encontró: el humor,¹ por lo que tenían que gobernar apoyándose de éste.

En Bogotá no tan sólo había problemas de tráfico vial, sino además, tenían graves problemas de corrupción con policías de tránsito, entonces, colocó “mimos”² en ciertas áreas de la ciudad. “La ciudadanía respondía con chiflidos a quienes conducían sus vehículos que, ante el pare obligado por el semáforo, no respetaran las convenciones y se detuvieran sobre la cebra que demarca el paso peatonal. Cuando la o el conductor no movía el vehículo hacia atrás, en medio de los silbidos aparecía un (a) mimo que intentaba persuadirle a respetar la cebra; si no retrocedía ante la invitación amistosa y lúdica del (la) mimo, intervenía un (a) policía de tránsito. La gente acababa aplaudiendo a la vista de

todas las personas, la acción del (a) policía que imponía la multa. Así, la represión policial era la última medida de una secuencia pedagógicamente ordenada y, gracias a la clara lectura de la situación y al respaldo social de la sanción, el efecto pedagógico se reforzaba” (Mockus, 2001: 10).

Entonces, en vez de que llegaran las y los policías y pidieran *mordida*³ había “mimos” que se tiraban al piso cuando quien conducía violaba las reglas de tránsito, como señal de un acto indebido, o bien, aplaudían a las personas conductoras que sí respetaban dichas reglas. Con el tiempo se redujeron las malas prácticas de conductoras, conductores, peatonas y peatones. El mensaje básico fue “Regulación interpersonal pacífica y aceptada. Forma nueva de intervención de la autoridad centrada en la educación, la comunicación y la señalización” (Mockus, 2001: 21).

En su segunda administración (2001-2003), Mockus puso en marcha el pago voluntario adicional del 10% en los impuestos predial y de industria y comercio. El programa denominado 110% con Bogotá consistía en cancelar el valor del tributo por encima de lo estipulado por la dirección de impuestos distritales. Las personas contribuyentes podían decidir a cuál de los siete objetivos del plan de desarrollo se debían dirigir los recursos y podían deducir ese pago adicional del impuesto de renta (Caracol Radio, 2002).

Otra acción destacable fue enseñar

a quienes habitaban Bogotá la cultura del ahorro de agua. “En 1997 hubo dos graves derrumbes en los gigantescos túneles que conducen el agua a la ciudad, lo cual hacía inminente un riguroso racionamiento de agua si no se tomaban medidas de ahorro eficaces... Ante la inminencia de un gran racionamiento debido a daños en los túneles de Chingaza, el gobierno propuso una campaña de ahorro de agua voluntario mediante estrategias que abarcaron desde mensajes telefónicos hasta sanciones contra el despilfarrador” (Mockus, 2001: 23). Los mensajes telefónicos decían únicamente “Gracias por ahorrar agua”, con la voz del exalcalde y de la cantante Shakira. Cabe destacar que se logró un ahorro de agua de 8% a 12%.

- 88 -

Antanas Mockus tuvo una gran voluntad, corresponsabilidad y compromiso; las leyes regulan la vida social pero no las conciencias. La corresponsabilidad es vincular el derecho (campo de lo formal) y la cultura (lo informal); es decir, la aplicación creativa de la ley. Mockus decía que la exploración estética ofrece posibilidades empáticas que pueden trascender las fronteras nacionales — locales, desde nuestra perspectiva —. Definitivamente, ser servidora pública o servidor público es una experiencia estética.

Resulta imprescindible adoptar valores de la pedagogía social y, en nuestro caso, como docentes, trascender los esquemas tradicionales de enseñanza en las aulas,

para que, con nuestros talentos, podamos enseñar a otras personas, y a su vez, para que éstas nos enseñen lo que saben hacer. Se puede educar de diversas formas, un ejemplo son las narrativas cotidianas que consisten en pedagogía social simple, como enseñar sobre el uso del casco mientras se utiliza la bicicleta para evitar accidentes.

Una mala noticia es que lograr el cambio no es sólo lo importante, sino también, hacer que permanezca; por tal motivo, el sistema de comunicación es fundamental porque nos ayuda a fortalecer culturas cívicas. ¿Qué hay en los medios de comunicación? Valores cívicos y educación informal, los cuales, deberían integrar los contenidos de los medios de comunicación donde se puede conversar de diferentes temas; además, es posible saber costumbres de gente de otros lugares y conectarse con personas con las que se comparten problemas y derechos.

¿Cómo mantener este tipo de cultura a través de los medios de comunicación? Antanas Mockus se basó en las narrativas de la cultura popular, se trata de pequeñas estrategias de comunicación que generan grandes cambios a mediano y largo plazo; este tipo de acciones parecieran obvias pero no lo son porque requieren de trabajo, compromiso, creatividad y talento.

El corazón de México (*The Heart of Mexico*)

“El corazón de México” es un proyecto que comenzamos en México, en 2012, con el profesor Thorne Anderson, quien ha sido corresponsal para medios como *The New York Times* en Irak, en el que estudiantes de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) y de la Universidad del Norte de Texas (UNT), “trabajan juntos para producir y difundir historias de personas ordinarias mediante textos narrativos, fotografías y video” (elaltavoz.mx). El objetivo del proyecto es cambiar la forma en que se enseña periodismo en nuestros países, que no son únicamente vecinos, sino también familia, en sentido metafórico, más allá de las historias que tenemos uno del otro.

El primer año que comenzó el proyecto, las y los estudiantes de ambas universidades trabajaron en Tenancingo, Estado de México, con la pretensión de enseñarles a escribir e investigar el periodismo narrativo; es decir, a contar las historias y narrativas de aquella gente que conforma el corazón de México, de ahí el nombre del proyecto.

El siguiente año correspondió conocer las historias de las y los habitantes de Valle de Bravo, Estado de México. Se trabajó con seis equipos de alumnas y alumnos escritores (as), videógrafos (as) y fotógrafos (as), cuyo objetivo fue investigar la historia y narrativas de las personas, para comprender su vida así como saber a qué se dedican; lo cual, también

contribuye a derribar estereotipos y que gente como Donald Trump⁴ no señale al pueblo mexicano como vándalo, que solamente tiene interés por robar en Estados Unidos.

Banda (Valle de Bravo): Clave de cambio⁵

Dentro de las historias que se encontraron en Valle de Bravo, destaca la del profesor Alberto Ramírez, quien creó una banda de marcha con estudiantes de primaria y secundaria para que niñas y niños aprendieran a tocar un instrumento musical; aunque, el objetivo principal era erradicar o prevenir la violencia y el consumo de drogas. “En un pueblo sin bandas en la preparatoria y con un problema de drogas tocando a la puerta del mismo, un grupo de maestros espera que la música ayude a dirigir el curso de las pequeñas vidas y quizá salvar las suyas” (Sigman, 2014).

El profesor Ramírez proviene de una familia de música y con su talento está enseñando y contribuyendo a cambiar las narrativas en Valle de Bravo; actualmente, ya son varias las escuelas que participan en los festivales, la comunidad se involucra e inscribe a sus hijas e hijos para que participen, lo cual, es una práctica alentadora.

El Centro de Escritura y One Global Economy

El ejemplo anterior nos ha impulsado a

realizar trabajos comunitarios de manera simultánea, desde la Academia, específicamente, desde la Coordinación del Centro de Escritura y Lectura de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEM en colaboración con la Fundación One Global Economy y la Corporación Internacional de Desarrollo de *Software* Symantec, donde se consigue recurso para trabajar en las localidades de Toluca, Estado de México y sus alrededores; el propósito es enseñar a las personas a hacer presentaciones, hablar en público, escribir mejor, manejar bases de datos en Excel, trabajar en equipo.

Por tal motivo, enseñamos al alumnado de la UAEM cómo enseñar, para que a su vez, puedan enseñar a otras personas por medio de proyectos comunitarios sencillos, situación posible si aprendemos a reconocer la inteligencia colectiva que tenemos en México y en nuestras localidades. Los tanques de pensamiento; es decir, las ideas y reflexiones sobre cómo resolver problemas sociales, no se encuentran únicamente en la Academia o en las agencias de investigación de nivel mundial, sino que están en todo lugar, lo que nos permite fortalecer nuestra identidad al cuestionarnos: ¿para qué somos buenas o buenos?, ¿qué hacemos bien?, ¿qué sabemos hacer con Organizaciones No Gubernamentales (ONGS)?

Desarrollamos otro proyecto relacionado con el empleo, cuyo panorama es difícil en México. En principio, elaboramos

un banco de datos con las empresas que se encuentran en Toluca y les preguntamos el perfil, habilidades y conocimientos de las personas que requieren para emplearlas. Posteriormente visitamos las comunidades para preguntarle a las personas lo que sabían hacer, resultó interesante conocer que la mayoría de las personas encuestadas no sabían lo que sabían hacer. El propósito es que las empresas contraten a quienes viven cerca de éstas. Como se observa, este proyecto es un ejemplo de comunicación y de la reunión de narrativas.

Ambos proyectos son importantes y tuvieron éxito, incluso, una organización mundial tenía la intención de apoyarnos económicamente para hacer centros comunitarios; sin embargo, en México aún es difícil la coordinación y comunicación entre autoridades de gobierno de los diferentes ámbitos, actores y actores involucrados y organizaciones civiles, para que proyectos de esta naturaleza logren su puesta en marcha.

¿Cómo podemos hacer para mejorar nuestras comunidades desde la comunicación?

No se necesita mucho, en realidad se requiere utilizar el talento local; por ejemplo, *Facebook* y *Twitter* son plataformas que han cambiado completamente las formas de comunicación, a través de ellas podemos conseguir nuevo conocimiento e información

así como crear nuevas conversaciones; no obstante, en el ámbito público, se requieren redes sociales y páginas electrónicas profesionales, con información útil y fomentar su uso; es necesario contactar a la gente y conocer sus patrimonios; crear redes; establecer comunicación directa y bidireccional, de ambos lados, donde las y los servidores públicos atiendan de manera eficiente las demandas e información que la ciudadanía solicita, los procesos autoritarios fomentan el miedo e inhiben este tipo de comunicación, por lo que deben erradicarse; se deben fomentar vínculos entre gobiernos municipales e instituciones locales con universidades; reconocer el trabajo de todas las personas funcionarias públicas; aprender a intercambiar experiencias para identificar lo que nos ha funcionado y lo que no; impulsar el trabajo voluntario, existe evidencia que en las comunidades rurales la participación voluntaria es mayor que en las poblaciones urbanas, aunque en estas últimas las protestas por inseguridad, por servicios públicos deficientes, entre otras, son más frecuentes; potencializar las actividades deportivas, dado que donde hay canchas de fútbol o de otro deporte, es probable que no exista violencia; promover recitales públicos; impulsar *performance* en los semáforos; generar competencia y hacer trueque de oficios y profesiones para obtener beneficios mutuos entre las personas; proponer y crear basureros lúdicos, estos espacios no tienen porque dar una

imagen desagradable, pueden pintarse y dar un aspecto más amigable; aprovechar la fiesta, este tipo de celebraciones son parte de nuestra cultura, nos gusta y nos distingue de otros países.

Para eso son los medios de comunicación, los medios públicos; la niñez aprende rápido y las personas mayores, con sus experiencias, pueden asistir a las escuelas y enseñar a niñas y niños sus conocimientos, para esta actividad no se requiere recurso económico.

Niño ebanista ¿su futuro?

En el proyecto “El corazón de México” se desarrolló la historia de Ulises y Christopher Aguacate González, “son dos jóvenes hermanos que viven solos en San Simon El Alto, México. Si no venden ninguna pieza de tallado en madera puede que no coman por un día. Ulises cree que si puede moldear un pedazo de madera, entonces aprenderá a moldear su propia vida” (Ortega, 2013). Ulises tiene un talento espectacular como ebanista, pero si desde el Estado no se le apoya para que pueda desarrollarse, él podría migrar hacia Estados Unidos o no tener la posibilidad de abrirse paso a través de su talento.

No podemos esperar cambios a corto plazo, se necesita pensar y reflexionar, es un proceso social, los cambios que engloban la comunicación y la cultura son de mediano y largo plazo.

¿Qué beneficios nos traerá entender las narrativas, trabajar en ellas para lograr un cambio social?

Las narrativas nos pueden ayudar a reconstruir el tejido social, generar legitimidad, confiabilidad, empoderamiento, captación de recursos, imagen, rendición de cuentas, responsabilidad generacional, y, principalmente para quienes se desempeñan en el servicio público, tener paz y decir con orgullo que día a día se trabaja con dignidad.

Notas

¹ El humor es el gran talento de México y de América Latina, con éste podríamos crear narrativas que podrían ayudarnos a solucionar grandes problemas que enfrentamos actualmente.

² Personas que expresan un tipo de arte dramático sin el habla, sustituyéndole por expresiones físicas.

³ Expresión mexicana que refiere a un soborno para evitar multas, trámites, entre otros.

⁴ Es un empresario, político, personalidad televisiva y escritor estadounidense, precandidato del Partido Republicano en las elecciones presidenciales de 2016.

⁵ Narrativa por Ashlea Sigman, traducido

por Verónica Velasco y video por Christina Gunlock, en <http://heartofmexicostories.com/2014/portfolios/clave-de-cambio/>

Bibliografía

Caracol Radio (2002), “Mockus pone en marcha pago diez por ciento adicional, voluntario, en impuestos”, en http://caracol.com.co/radio/2002/03/18/economia/1016406000_125164.html, consultado en junio de 2016.

Elaltavoz.mx (2015), “Invitan a alumnos de la comunicación al proyecto “Corazón de México”, en <http://elaltavoz.mx/2015/03/28/alumnos-de-merida-en-periodismo-narrativo/>, consultado en junio de 2016.

Mockus, Antanas (2001), “Cultura ciudadana, programa contra la violencia en Santa Fe de Bogotá, Colombia, 1995-1997”, *Estudio técnico*, Washington, DC, Banco Interamericano de Desarrollo, pp. 21.

Ortega, Cristobal (Productor) (2013), “Artistas de la vida”, en <http://heartofmexico2013.com/es/portfolio/el-arte-de-gary/>

Sigman, Ashlea (2014), “Clave de cambio”, en <http://heartofmexicostories.com/2014/portfolios/clave-de-cambio/>

LENIN MARTELL GÁMEZ. Profesor-investigador en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM). Maestro en Comunicación de Masas por la Universidad de Boston. Realizó estudios de posgrado en la Universidad Complutense de Madrid y en la Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Ha sido profesor invitado en varias universidades de México y en la Universidad del Norte de Texas, donde también es co-director del proyecto de periodismo narrativo “El corazón de México”. Pertenece al grupo de investigación y trabajo: Medios Públicos y Estudios de Periodismo. Actualmente es colaborador de la revista *Zócalo*, miembro del Consejo de Participación Ciudadana y del comité de la defensoría del radioescucha de Radio Educación. También es miembro del Consejo Editorial del periódico *Reforma* (sección “De Viaje”) y es ex vicepresidente de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Ha sido coordinador de varios libros y escrito artículos académicos en revistas de divulgación científica.

El trabajo forma parte de la ponencia dictada el 23 de septiembre de 2015, en el marco del ciclo de conferencias que organiza la Contraloría del Poder Legislativo del Estado de México.