

LOS MEDIOS

# Por un México que vale la pena

Mercedes Charles C.

**T**odas las mañanas, al leer el periódico que todavía huele a tinta, mientras tomo mi primera taza de café y fumo mi primer cigarro del día, me va invadiendo una sensación muy profunda de desesperanza y de tristeza. Sensación que se va agudizando mientras escucho los noticieros de la radio mientras me desplazo a mi trabajo en esta ciudad tan conflictiva.

Pareciera que nuestro H. País, tan querido y tan bello, se nos está desmoronando por todos los ángulos que lo conforman: la economía, la política, el aspecto social, la seguridad, el medio ambiente, la educación, la honestidad, los derechos humanos, la justicia... La gran mayoría de las notas informativas de los medios de comunicación sólo habla de problemas, y de problemas muy fuertes, ante los cuales me siento francamente llena de rabia y de impotencia.

Una economía frágil, sumergida en la corrupción y manejada con un modelo que empobrece a la población y acelera el proceso de acumulación de la riqueza en unas cuantas manos; ocasionando, por un lado, hambre, desempleo y pobreza extrema a un alto porcentaje de la población que apenas sobrevive, pero que, por el otro, inserta el nombre de unos cuantos en las listas de las personas más ricas del mundo. Además de aquellas alianzas del gobierno con la iniciativa privada que se caracterizan por ser muy turbias como es el caso del FOBAPROA y similares, y que resultan en que toda la población tiene que pagar por la corrupción e ineficiencia de unos cuantos.

Por otro lado, vemos una situación política un tanto conflictiva, con un partido

acostumbrado al poder que muestra su total fragmentación, e incluso, mal gusto en las campañas de sus pre-candidatos. Los partidos de oposición están en búsqueda de consolidar una alianza para tener oportunidad de competir electoralmente con más fuerza. Alianza que, hasta el momento, no muestra claridad en el camino que podrá tomar, ya que entreteje muchos intereses partidarios y personales. Además, estamos las ciudadanas y ciudadanos comunes que, con mucho trabajo, apenas estamos aprendiendo la importancia de la participación y de la democracia.

Los aspectos sociales tampoco son alentadores. El estado de la calidad en la educación y de los servicios de salud dejan mucho que desear y, hasta el momento en que esto se escribe, el conflicto de la UNAM no ha podido encontrar una solución satisfactoria; la inseguridad nos ha arrebatado nuestro derecho a caminar libremente por la ciudad, a salir a la calle y usar el transporte público tranquilamente, a no preocuparnos cuando nuestros hijos e hijas salen



Rotmi Enciso

con sus amigos en la noche. En fin, creo que podríamos hacer una lista interminable, que se resume en una calidad de vida muy deteriorada en la mayoría de los sectores de la población.

Esta es la visión que nos dan las noticias todos los días y creo que la depresión colectiva y la desesperanza es grande, al menos en la Ciudad de México. En los últimos años no encontramos visiones optimistas que nos convencen de que vivir en este país vale la pena, ni indicadores que nos den esperanza de un futuro mejor y creo que eso es muy peligroso, tanto en el sentido personal como en el social.

Ciertamente tenemos problemas y muchos, pero los medios de comunicación, con la tendencia amarillista y sensacionalista con la que manejan la información, nos han quitado la posibilidad de soñar, de imaginar que podemos tener un futuro mejor, de sentir orgullo por nuestro país, de pensar que entre todos podemos sacarlo adelante y de que nuestro esfuerzo diario es importante para ello.

Al predominar en forma tan abrumadora las noticias negativas, nos va invadiendo un sentimiento de desazón muy grande, incluso muchas veces perverso, y entonces empezamos a dejar de mirar muchas cosas positivas que también ocurren en nuestro país y a hacer caso omiso a una multitud de iniciativas que trabajan todos los días por construir un México mejor.

Entre muchas otras cosas, yo trabajo como editora de la revista *Filantropía*, una publicación que busca dar cuenta de qué está pasando en México con las organizaciones sociales, con los grupos organizados no lucrativos que participan, dentro de su ámbito de acción, en la búsqueda de soluciones para aminorar los múltiples problemas que nos aquejan.

Estas organizaciones que se cuentan por miles -aunque no se sabe su número exacto porque en México no somos afectos a brindar información, ni a conformar estadísticas-, tienen carácter legal de Asociaciones Civiles, Instituciones de Asistencia Privada o Instituciones de Beneficiencia Privada, y todas ellas buscan, de una u otra manera, contribuir al bienestar de la comunidad, sobre todo con el de los sectores marginados y desfavorecidos.

En un intento de conformar un directorio de ellas, el Centro Mexicano para la Filantropía logró registrar en 1998 a 4,246 instituciones en toda la República, de las cuales el 4 por ciento, o sea 170, cuenta con programas dirigidos específicamente a las mujeres. Cabe

mencionar que este dato no incluye a las organizaciones que tienen programas para las niñas, las adolescentes y las ancianas. Entonces estamos hablando de un número muchísimo más alto de instituciones que trabajan por y para las mujeres.

Sin embargo, la sociedad ignora plenamente qué hacen estas organizaciones, dónde se ubican, cuáles son sus programas, hacia dónde están dirigiendo sus esfuerzos, qué logros han tenido, qué obstáculos han enfrentado, qué redes están conformando para conjuntar esfuerzos... En fin, tenemos mil y un interrogantes, de su ser y de su actuar en conjunto, de las transformaciones y avances que están logrando y de la huella que están dejando en el país entero. Incluso, mucha gente ignora completamente su existencia.

Esto se debe a que el conjunto de organizaciones sociales, que muchos denominan tercer sector -por no pertenecer ni al gobierno (sector público) ni a la empresa (sector privado)- ha sido prácticamente invisible a los ojos de la sociedad. Invisibilidad se debe a que los medios de comunicación han ignorado a este sector que, poco a poco, va adquiriendo más fuerza y relevancia en la solución de los problemas comunitarios.

Ante esto, hoy en día podemos encontrar a algunas organizaciones sociales que han introducido en su estrategia un plan de medios de comunicación para tener presencia social y hacerse visibles en la comunidad donde operan. Esto es visto como un paso fundamental para lograr el reconocimiento de que existen, de que están trabajando por mejorar la situación de ciertos sectores de la población y de que su acción vale la pena.

Si todas las organizaciones sociales orientaran parte de su esfuerzo en este sentido, los medios de comunicación se verían obligados a tomar en cuenta a este ejército de personas generosas que con su actuar están demostrando, día con día, que también hay otro México, conformado por personas que están realizando un esfuerzo titánico para construir un país más justo y solidario.

Esto, a su vez, tendría un efecto positivo en las personas que somos receptoras de medios, ya que podríamos conformar una visión de país más positiva, real y esperanzadora, donde tengan presencia las organizaciones y personas que están trabajando seriamente en la búsqueda de caminos para que este país valga la pena. *Jem*