

Un reality sobre el derecho al agua



LA TELEVISIÓN MEXICANA UTILIZA LAS DEMANDAS SOCIALES PARA MONTAR UN SHOW / J. Marcos y M. A. Fernández / México

Jueves, 13 de octubre de 2011

Las cadenas de televisión han convertido la realidad en su gallina de los huevos de oro. En México se ha llevado a pantalla en formato de show asuntos tan importantes como el derecho a agua potable. Sin embargo, los críticos cargan las tintas contra un género que en México ha unido a empresas públicas y privadas, la sociedad civil y los políticos (presidente incluido) que se pasean por la pantalla a favor de la transformación social del país.



Museo del Agua de Tehuacán, Puebla, integrado en Iniciativa México. Foto J. Marcos.

'Agua para siempre – seguridad hídrica y alimentaria para combatir la pobreza' se impuso a los cerca de 50.000 proyectos que presentaron su candidatura al concurso-reality 'Iniciativa México 2010'. **28 millones de telespectadores del país** norteamericano aplaudieron el buen hacer de la idea liderada por Gisela Herrerías y Raúl Hernández, quienes llevan más de treinta años al frente de la asociación civil Alternativas y Procesos de Participación Social, abasteciendo de agua potable a las zonas más necesitadas de la nación y organizando un grupo cooperativo que produce alimentos nutritivos con base en el amaranto.

Entre los millones de espectadores estaba **el presidente de la República, Felipe Calderón**, que acudió a la gala final del programa y se comprometió a doblar el premio de los ganadores: diez millones de pesos para el primero (553.000 euros), tres millones para el segundo (166.000 euros), y dos y medio para el tercero (138.000 euros).

"En nuestro país es tan impensable que un político tenga un gesto similar como que una cadena apueste por un reality de esa calidad. Si tuviéramos buenas cadenas y mejores políticos, quizá. Pero no podemos engañarnos imaginando lo que no tenemos", subraya la periodista experta en televisión Carmen Anierte, que lo tiene claro: "Otro modelo reality es posible pero no en España, donde la línea de progreso es cuantitativa y no cualitativa. Al menos, de momento. Tampoco en la televisión pública, que a priori sería su lugar natural".

Demandas sociales

La primera edición de '**Iniciativa México**' (IMx) surgió en 2010, en el marco del **bicentenario de la independencia** y el centenario de la revolución. Los medios de comunicación más importantes del país decidieron unir sus fuerzas hacia un mismo objetivo: construir un espacio de transformación, rescatando y exaltando el México más dinámico y emprendedor. Buscaron (y encontraron) el apoyo de la sociedad civil y la política, del sector público y el privado, a quienes ofrecieron un concurso de telerrealidad dividido en cinco temáticas: desarrollo comunitario, medio ambiente, buen gobierno y rendición de cuentas, y justicia y derechos humanos.

Los proyectos registrados pasaron una serie de filtros que dieron paso a las 25 ideas que mejor

representaban el espíritu del programa: movilizar y crear sinergias entre personas y organizaciones hacia un país más justo y próspero. El 22 de agosto de 2010 arrancaba la primera de las doce galas semanales que sirvieron como plataforma de criba según el voto de los telespectadores hasta la gala final del 7 de noviembre, a la que llegaron cuatro finalistas. Entre el jurado, una treintena de representantes de universidades, empresas y grupos de intelectuales.

“Fuimos muy cautelosos al principio. No queríamos participar ni formar parte de una competición televisada que, pensábamos, **las cadenas manipularían y manejarían a su gusto**. Nuestra asociación tiene una imagen labrada tras años de trabajo que no queríamos tirar por la borda. Entramos con pies de plomo y animados por muchos amigos, pero poco a poco vimos los grandes beneficios que escondía una iniciativa excelente. No nos arrepentimos”, aclara Gisela Herrerías.

La directora adjunta de Alternativas y Procesos de Participación Social desgrana los logros de **'Agua para siempre'**: “Hemos construido más de 7.500 obras de regeneración ecológica que han beneficiado a más de 200.000 habitantes de 197 pueblos de la región mixteca de Puebla y Oaxaca. Y el Museo del Agua, también en Puebla, ha capacitado a más de 77.000 personas y ha recibido a más de 37.000 visitantes. Se trata de rescatar la sabiduría antigua para romper con la tendencia que termina con los recursos naturales. Para nosotros es importante defender el concepto de cuenca”.

Con permiso de Alternativas, el gran ganador de IMx fue todo un país: medio millón de mexicanos de 18 comunidades resultaron beneficiarios directos de los proyectos. Se distribuyeron más de 150 puntos de acceso de agua limpia, se creó un albergue y un centro de apoyo para víctimas de abuso infantil, se donaron ordenadores, se creó una red para el reciclaje de aceite... La gala final fue retransmitida por la televisión nacional y por más de ocho mil emisoras de radio.

El mensaje de los críticos de televisión fue unívoco: a pesar de la inseguridad de la nación, hay una sociedad mexicana que, además de exigir respuestas a las autoridades, elimina la actitud de inconformismo con propuestas e ideas. “Millones de personas en toda la república fueron testigos de que, si se quiere, se puede”, resumía en un reportaje la revista mexicana *Vértigo*. **La acogida fue tal que el gobierno federal y varios legisladores se comprometieron con la causa** y prometieron apoyar tanto a las propuestas ganadoras como a las futuras ediciones. Fruto de este apoyo arrancaba a principios de septiembre la segunda edición de IMx, con una participación un 21 por ciento superior a la de 2010. La estela es la del año pasado, con proyectos de atención a personas en zonas de desastre, de desarrollo local y de eliminación de emisiones de bióxido de carbono neutro, entre otros.