

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial
del 3 de abril de 1981



“PRESENCIA DE REVISTAS CALLEJERAS EN MÉXICO: INDAGACIONES EN
TORNO A “MI VALEDOR”

TESIS

Que para obtener el grado de

MAESTRO EN COMUNICACIÓN

Presenta

JUAN MANUEL MARTÍNEZ RAMÍREZ

Director

Dr. Sergio Rodríguez Blanco

Lectores

Mtro. José Samuel Martínez López

Mtro. Federico Mastrogiovanni

“Memory is also the joint between time and space.” (p. 151)

Mieke Bal, 2009, *Narratology*.

Agradecimientos

A mi madre. Trabajadora social desde muy temprana edad. Nunca para de luchar. Un gran apoyo incondicional en mi vida.

A mi padre. Influencia para estudiar Comunicación. Gracias por tu apoyo.

A mi hermana. Ahora madre. Una compañera importante de mi vida.

A mi hermano. Compañero de batalla. Siempre me escucha. Me enseña a ser mejor persona.

A mi sobrina. Nos llenas de mucha luz. Nos cambiaste la vida. Bienvenida.

Al Dr. Sergio Rodríguez Blanco. Excelente persona dentro y fuera de la Maestría. Un ejemplo profesional. Siempre agradecido por este acompañamiento de dos años. La comunicación y el periodismo se vuelven un arte con tus formas de enseñanza.

Al Mtro. José Samuel Martínez López. Otro gran ejemplo de profesionalismo. Gran amigo, literalmente, es “tomar al toro por los cuernos”. También, gracias por este acompañamiento de dos años.

Al Mtro. Federico Mastrogiovanni. Invita a la reflexión profunda de lo que uno pretende decir.

A mis profesores dentro de la Maestría. Fue una dicha aprender de ustedes. Son verdaderamente grandes. Gracias a todos por su apoyo.

A mis compañeros de la Maestría. Fue un placer coincidir con todos ustedes. Aprendí también, mucho de ustedes. Gracias por todo, amigos.

A los *valedores* que conocí durante mi investigación. Siempre es un gusto escucharlos.

A Claire Simon. Contigo aprendí.

Resumen

Diversos estudios sobre los Medios alternativos (o bien, “Alternative media”, concepto en inglés donde se encuentra la mayor parte de la información) se han realizado para describir cómo son estos medios en términos de su función en la sociedad, utilidad económica e informativa principalmente, y mismos que han surgido debido a tener una posición diferente o, como lo dice su nombre, ser una alternativa frente a los medios masivos. No está por demás mencionar que, así como se habla sobre medios de comunicación, existe una amplia gama de ángulos y temas los cuales están ligados al estudio de los medios alternativos, tales como “prensa callejera”, “periódicos callejeros”, “medios ciudadanos”, “fanzines y zines”, “medios activistas” y “medios autónomos” por mencionar algunas de las líneas con alta relevancia de las que se han generado este conocimiento en cuestión.

Sin embargo, es tan amplia la categoría y por esa amplitud, es que existe una dispersión semántica y, por ende, es abordada desde otras disciplinas, que toca al Diseño Gráfico, Estudios sobre las Artes, Ingenierías, Derecho, por mencionar algunas. Para los fines de esta investigación, los medios alternativos se inscriben dentro de la discusión académica en los Estudios sobre medios de comunicación, en específico los medios impresos – con el fin de comprender las revistas callejeras que se enuncia como una forma de empleo para personas en situación de calle –. Estas producciones alternativas se generan a través de un amplio compendio de herramientas para la producción de contenido verbo-visual (texto e imágenes), que se llega a valer de técnicas periodísticas y narrativas principalmente. El punto esencial es que presentan historias y cuentan narrativas que en muy contadas ocasiones están presentes en las agendas de los medios masivos y sobre todo, que rara vez son contadas por ciudadanos o personas que no son necesariamente periodistas.

En este sentido se habla de que dentro de estos contenidos se encuentran discursos, en los cuáles se halla un pensamiento o un punto de vista sobre cierta temática. Haciendo énfasis en México – que es donde se produce esta investigación, y en donde se encuentra el objeto de estudio, la revista callejera “Mi Valedor” –, es preciso mencionar que no se ha abordado de manera puntual académicamente sobre los discursos y cómo éstos son elaborados y presentados en términos narrativos dentro de las publicaciones callejeras. Este argumento se convierte en piedra angular de esta investigación, debido a que los medios alternativos tienen como tarea principal fungir como una opción de participación democrática a través de la inclusión de opiniones y discursos de “sectores que antes no tenían una voz” o que son marginados de participar activamente en los medios.

En México, de igual manera, existe muy poca información académica sobre los medios alternativos. Esto se debe principalmente a que es un tema poco explorado en el país, debido a que el

modelo de las revistas callejeras – al menos el reconocido por la International Network of Street Papers (INSP, por sus siglas en inglés)¹ – ha sido adaptado y reconocido desde el 2015. La revista “Mi Valedor”, el objeto de estudio de esta presente investigación está respaldada por la INSP. Enunciada a sí misma como una revista callejera² que promueve la reinserción social de poblaciones vulnerables en la Ciudad de México a través de la venta de las ediciones bimestrales, así como talleres creativos y artísticos – parte de las herramientas con las que producen el contenido – y que será sujeta de estudio a partir de la teoría sobre los Medios alternativos.

El estudio se presenta en seis apartados: (1) De los “medios alternativos” a las “revistas callejeras”: la revista mexicana “Mi valedor”, (2) Corte de época: comunicación, activismo social y medios alternativos, (3) Los medios alternativos desde la perspectiva crítica, (4) Aproximación metodológica, (5) Apuntalando un análisis crítico: el “valedor” en “Mi valedor”, (6) A modo de conclusión. En el Capítulo I, se describe el problema práctico de la investigación sobre la presencia de revistas callejeras en México, el caso de la revista “Mi Valedor”. Pasando al Capítulo II, en éste se hace una revisión en inglés y español de las principales bases de datos de corte académico sobre los medios alternativos y sus líneas cercanas a las revistas callejeras. Dicho corte de época será, evidentemente, en orden cronológico sobre los trabajos académicos que tocan los siguientes temas: *Alternative media* o *Medios alternativos* – ambos buscan definir cómo los medios alternativos son un movimiento social que

¹ [Traducción] “El primer “periódico callejero” del mundo (como los reconocemos hoy) nació en Nueva York en 1989. Street News inspiró los primeros periódicos callejeros de América del Norte a finales de los 80 y principios de los 90, y también inspiró a The Big Issue para que se lanzara como un “negocio social”. ‘en el Reino Unido en 1991. The Big Issue allanó el camino para un movimiento de periódico callejero en toda Europa. [...] “La INSP se incorporó como una organización benéfica escocesa - The INSP Foundation - en Glasgow en 2005. Desde ese momento, INSP comenzó a crecer como organización, apoyando una red en expansión y desarrollando sus proyectos y servicios para periódicos callejeros. “Los últimos 25 años han visto cambios sociales y cambios económicos que plantean desafíos para nuestros miembros, pero también significan que la necesidad de su trabajo, el apoyo a algunas de las personas más pobres de nuestros pueblos y ciudades, nunca ha sido más necesaria. “En los últimos años, la recesión mundial y los cambios políticos y económicos relacionados han tenido un impacto significativo en la pobreza urbana y la falta de vivienda. Cuestiones como la migración económica, el desempleo y la escasez de viviendas han hecho que la situación demográfica de la pobreza y la falta de vivienda continúe cambiando. La estigmatización de la pobreza y la falta de vivienda plantean desafíos para nuestros miembros en términos de su sostenibilidad, pero también aumenta la necesidad de su forma única de trabajo editorial y de campaña sobre justicia social.”

Para más información consultar: <https://insp.ngo/who-we-are/our-story/> (Consultado el 25 de marzo del 2019)

² “‘Mi Valedor’ es la primera revista callejera de México que promueve la reinserción social y laboral de poblaciones en situación vulnerable, principalmente población que vive en las calles de la Ciudad de México. Los vendedores de la revista compran cada ejemplar a \$5 y la venden a \$20, pasan por un proceso de capacitación y seguimiento de caso personalizado. En las oficinas se dan talleres creativos en los que se trabajan habilidades sociales.”

Para más información consultar: <https://mivaledor.com/modelo/> (Consultado el 25 de marzo del 2019)

se presentan como una posible salida ante una problemática social, en este caso, las personas en situación de calle –. Posteriormente, se define un panorama sobre cómo y en dónde se han estudiado los temas que se derivan del *Alternative media*, tales como: *prensa callejera*, *periódicos callejeros*, *medios ciudadanos*, *fanzines* y *zines*, *medios activistas* y *medios autónomos* que aparentemente persiguen los mismos objetivos; sin embargo, cada uno se configura de manera diferente a lo que hacen los periódicos y revistas callejeras, tales como la producción mexicana llamada “Mi Valedor”.

El Capítulo III es el marco teórico: se utiliza la visión del académico escocés, Chris Atton, quien define las categorías y ofrecen las herramientas necesarias para conocer cómo son los medios alternativos y todos sus derivados presentados anteriormente en la Revisión de la literatura. Siguiendo esta línea, en el Capítulo IV metodológico, se detalla el diseño de investigación y los argumentos por los cuales se siguió un enfoque metodológico interactivo – es decir, una investigación cualitativa en esencia y cómo a través de la construcción de un dato estadístico (cuantitativo, por medio del análisis cuantitativo) se le dio sustento a la parte del Análisis crítico del discurso (cualitativo) de la revista de “Mi Valedor”.

En el capítulo V se describe el trabajo de campo, las entrevistas, el instrumento cuantitativo de análisis de contenido como antesala para el análisis crítico de las articulaciones de “Mi Valedor” que en este caso serán dos piezas de las dos revistas enunciadas como números producidos totalmente por “valedores”. Para el capítulo V, se escriben las ideas principales, hallazgos, conclusiones y reflexiones, de manera que se consideren como un marco de referencia para futuras investigaciones con relación al campo de los Medios alternativos y sobre todo, al campo de la Comunicación.

Palabras clave: *alternative media*, revistas callejeras, *street papers*, *homeless*, poblaciones vulnerables, poblaciones excluidas, situación de calle, discurso, narrativas, víctima

ÍNDICE

PREFACIO	10
<u>CAPÍTULO I. DE LOS MEDIOS ALTERNATIVOS A LAS REVISTAS CALLEJERAS. LA REVISTA MEXICANA “MI VALEDOR”</u>	14
1.1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SUS MÚLTIPLES DISCURSOS	14
1.2. LOS MEDIOS IMPRESOS Y EL MONOPOLIO DE LAS VOCES HEGEMÓNICAS	16
1.3. SURGIMIENTO DE LOS MEDIOS CIUDADANOS, MEDIOS ACTIVISTAS Y MEDIOS AUTÓNOMOS: ¿SON LO MISMO?	19
1.4. LA RELACIÓN ACTUAL ENTRE LOS “MEDIOS ALTERNATIVOS”, LOS MOVIMIENTOS SOCIALES Y “LOS SIN VOZ”	22
1.5. DESARROLLO DE LAS REVISTAS CALLEJERAS EN DIVERSAS PARTES DEL MUNDO: LOS <i>STREET PAPERS</i>	25
1.5.1. ¿QUÉ ES LA ‘INTERNATIONAL NETWORK OF STREET PAPERS’ (INSP)?	28
1.5.2. SURGIMIENTO DE LA RED PARA LAS REVISTAS CALLEJERAS	30
1.5.3. REVISTAS CALLEJERAS QUE COBIJA EN EL MUNDO	32
1.6. <i>STREET PAPERS</i> EN AMÉRICA LATINA	34
ARGENTINA	34
BRASIL	35
COLOMBIA.....	38
URUGUAY.....	39
PUNTOS DE CONVERGENCIA ENTRE LAS PUBLICACIONES CALLEJERAS LATINOAMERICANAS	40
1.7. EL CASO ESPECÍFICO DE “MI VALEDOR” EN MÉXICO	41
¿QUÉ ES LO QUE RESULTA INTERESANTE PARA CONOCER MÁS SOBRE LA REVISTA “MI VALEDOR”?	42
INFORMACIÓN RECUPERADA SOBRE “GLOBALGIVING”	43
LA INFORMACIÓN QUE SE PRESENTA EN EL SITIO WEB DE “GLOBALGIVING”	43
1.8. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA, OBJETIVOS PERSONALES Y JUSTIFICACIÓN	47
1.9. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN EN TORNO AL OBJETO DE ESTUDIO	50
<u>CAPÍTULO II. CORTE DE ÉPOCA: COMUNICACIÓN, ACTIVISMO SOCIAL Y MEDIOS ALTERNATIVOS</u>	54
2.1. LO MÁS RELEVANTE QUE SE HA PUBLICADO EN TORNO A LOS MEDIOS ALTERNATIVOS EN GENERAL	55
2.2. ¿CÓMO SE HAN INVESTIGADO LOS MEDIOS ALTERNATIVOS IMPRESOS, VINCULADOS A MOVIMIENTOS SOCIALES? ...	64
2.3. ¿QUÉ SE HA ESTUDIADO EN TORNO A LOS <i>STREET PAPERS</i> O REVISTAS CALLEJERAS?	70
2.4. ¿CÓMO SE HAN INVESTIGADO LOS MEDIOS ALTERNATIVOS EN MÉXICO?	75
2.5. ¿QUÉ SE HA PUBLICADO SOBRE PERSONAS EN SITUACIÓN DE CALLE EN MÉXICO?	81
2.6. IDENTIFICACIÓN DE LAS DEFICIENCIAS O HUECOS EN EL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO ACERCA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	86
<u>CAPÍTULO III. LOS MEDIOS ALTERNATIVOS DESDE LA PERSPECTIVA CRÍTICA</u>	87
3.1. ALGUNOS COMENTARIOS SOBRE LA TRADICIÓN INTELLECTUAL DEL PENSAMIENTO CRÍTICO	88
3.2. LA TEORÍA CRÍTICA Y LOS ESTUDIOS SOBRE MEDIOS ALTERNATIVOS DE COMUNICACIÓN	92
3.3. CONCEPTUALIZACIONES SOBRE LA IDEOLOGÍA Y EL DISCURSO DE LOS MEDIOS ALTERNATIVOS.....	94
3.4. LA APROXIMACIÓN CRÍTICA DE CHRIS ATTON SOBRE <i>ALTERNATIVE MEDIA</i>	98
3.5. LA CRÍTICA DE LA VÍCTIMA. UN ACERCAMIENTO DESDE DANIELE GIGLIOLI	106
<u>CAPÍTULO IV. APROXIMACIÓN METODOLÓGICA</u>	109

4.1. ACERCA DE LOS MÉTODOS DE LA TRADICIÓN CRÍTICA PARA REALIZAR EL ANÁLISIS	110
4.1.1 JOHN E. RICHARDSON Y EL ANÁLISIS EN LA PRODUCCIÓN DE MEDIOS IMPRESOS.....	110
4.1.2. GONZALO ABRIL Y EL ANÁLISIS CRÍTICO DE TEXTOS VISUALES	114
4.1.3. SOBRE EL ANÁLISIS NARRATOLÓGICO. UNA PERSPECTIVA DE MIEKE BAL.....	118
4.3. SOBRE LAS CATEGORÍAS PRINCIPALES	131
4.4. SELECCIÓN DE INSTITUCIONES DOCUMENTALES, ESCENARIOS Y PARTICIPANTES	134
4.5. SOBRE LA VALIDEZ DEL ESTUDIO	140
4.6. CONSIDERACIONES ÉTICAS	141

CAPÍTULO V. DE LA OBSERVACIÓN AL ANÁLISIS CRÍTICO: EL VALEDOR EN LA REVISTA CALLEJERA “MI VALEDOR”..... **142**

5.1. EL VALEDOR EN LA REVISTA CALLEJERA MEXICANA ‘MI VALEDOR’	142
‘VALEDOR’: UNA PALABRA CON LA QUE SE IDENTIFIQUEN LAS PERSONAS EN SITUACIÓN DE CALLE	143
¿CÓMO SE ENUNCIA A SÍ MISMA LA REVISTA, O CUÁL ES SU DISCURSO EN TORNO A LA CONSTRUCCIÓN DE SUBJETIVIDAD DEL ‘VALEDOR’?	144
CONTEXTO: SOBRE LOS TALLERES QUE SE IMPARTEN EN <i>Mi VALEDOR</i>	146
5.2. ¿REALMENTE EL ‘VALEDOR’ ES EL PROTAGONISTA DE LA REVISTA? HERRAMIENTA METODOLÓGICA: ANÁLISIS DE CONTENIDO	148
ANÁLISIS DE CONTENIDO: DESCRIPCIÓN DE LAS UNIDADES DE ANÁLISIS	149
CATEGORÍAS	150
SOBRE LA TEMÁTICA DE CADA SECCIÓN DE LA REVISTA	152
SOBRE LA PUBLICIDAD.....	153
SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS PUBLICADAS DE LOS COLABORADORES Y LAS PUBLICADAS DE LOS “VALEDORES”	153
SOBRE EL CONTENIDO TEXTUAL PUBLICADO DE LOS COLABORADORES Y EL CONTENIDO PUBLICADO DE LOS “VALEDORES” ..	154
5.3. LOS VOLÚMENES 13 Y 21. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA SELECCIÓN	156
VOLUMEN 13 “CORRETEANDO LA CHULETA”	157
VOLUMEN 21 “HOLA VECINOS”	163
5.4. ANÁLISIS CRÍTICO ¿CÓMO SE CONSTRUYE EL DISCURSO SOBRE LAS PERSONAS EN SITUACIÓN DE CALLE DESDE LA NARRATIVA CONSTRUIDA POR “VALEDORES”?	168
5.4.1. ANÁLISIS DE LA ARTICULACIÓN “DON MIGUELITO, EL BOLERO”. VOLUMEN 13: “CORRETEANDO LA CHULETA”	168
5.4.2. ANÁLISIS DE LA ARTICULACIÓN “UN DÍA EN LA VIDA DE UN VALEDOR EXCLUIDO POR LA SOCIEDAD”. VOLUMEN 21: “HOLA VECINOS”	181
5.5. EL PAPEL DE LA ‘VÍCTIMA’ EN ‘MI VALEDOR’. UN ACERCAMIENTO DESDE DANIELE GIGLIOLI	191

CAPÍTULO VI. APUNTALANDO LAS CONCLUSIONES..... **196**

6.1. VALEDORES ENUNCIADOS COMO EXCLUIDOS	196
6.2. ¿CÓMO ES EL EMPODERAMIENTO EN “MI VALEDOR”? CRÍTICA DE LA VÍCTIMA	202
6.3. REFLEXIONES SOBRE LA SUBJETIVIDAD DEL VALEDOR	204
6.4. IMPLICACIONES ACADÉMICAS Y CONSIDERACIONES A FUTURO	210

BIBLIOGRAFÍA
 212 |

ANEXOS..... **223**

TRANSCRIPCIÓN DE TALLERES Y EVENTOS	224
TALLER DE ESCRITURA “LA EDAD DE ORO” / REALIZADO EL 16 DE NOVIEMBRE DEL 2017, 11:00H, CIUDAD DE MÉXICO..	224
PRESENTACIÓN DE LA REVISTA CALLEJERA “MI VALEDOR” EN LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA / REALIZADA EL 27 DE FEBRERO DEL 2018, 13:00H, CIUDAD DE MÉXICO	234

PRESENTACIÓN DE LA “VOZ DE LA CALLE” Y “Huateque Mixteque” / REALIZADO EL 17 DE NOVIEMBRE DEL 2018, 13:00H, CIUDAD DE MÉXICO – EVENTO TRANSMITIDO EN VIVO, CONSULTAR:	243
TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS A “VALEDORES”	244
ENTREVISTA AL “VALEDOR 01” (V01) / REALIZADA EL 27 DE MAYO DEL 2018, 11:00H, CIUDAD DE MÉXICO.....	244
ENTREVISTA AL “VALEDOR 02” (V02) / REALIZADA EL 24 DE AGOSTO DEL 2018, 17:00H, CIUDAD DE MÉXICO.....	246
ENTREVISTA AL “VALEDOR 03” (V03) / REALIZADA EL 09 DE FEBRERO DEL 2019, 12:00H, CIUDAD DE MÉXICO	252
ENTREVISTA AL “VALEDOR 04” (V04) / REALIZADA EL 06 DE MARZO DEL 2019, 19:00H, CIUDAD DE MÉXICO	258
LA COSMOPEDA	262
ENTREVISTA AL “ASISTENTE A LA COSMOPEDA 01” (AC01) / REALIZADA EL 21 DE ABRIL DEL 2018, 21:00H, CIUDAD DE MÉXICO	262
ENTREVISTA AL “ASISTENTE A LA COSMOPEDA 02” (AC02) / REALIZADA EL 21 DE ABRIL DEL 2018, 21:00H, CIUDAD DE MÉXICO	264
ENTREVISTA AL “ASISTENTE A LA COSMOPEDA 03” (AC03) / REALIZADA EL 21 DE ABRIL DEL 2018, 21:00H, CIUDAD DE MÉXICO	266
ENTREVISTA AL “ASISTENTE A LA COSMOPEDA 04” (AC04) / REALIZADA EL 21 DE ABRIL DEL 2018, 21:00H, CIUDAD DE MÉXICO	268
ENTREVISTA AL “ASISTENTE A LA COSMOPEDA 05” (AC05) / REALIZADA EL 21 DE ABRIL DEL 2018, 21:00H, CIUDAD DE MÉXICO	270
ENTREVISTA A UNA COORDINADORA DE “MI VALEDOR” EN LA “COSMOPEDA” (CMV) / REALIZADA EL 21 DE ABRIL DEL 2018, 21:00H, CIUDAD DE MÉXICO.....	272
PRESENTACIÓN DE LA REVISTA “HOLA VECINOS” / REALIZADA EL REALIZADA EL 06 DE MARZO DEL 2019, 19:00H, CIUDAD DE MÉXICO.....	275
ENTREVISTA A COLABORADOR 03 (C03) DE “MI VALEDOR” EN “HOLA VECINOS” / REALIZADA EL REALIZADA EL 06 DE MARZO DEL 2019, 19:00H, CIUDAD DE MÉXICO	282

PREFACIO

Esta investigación está basada en la presencia de revistas callejeras en la Ciudad de México, el caso especial de la publicación de “Mi Valedor”. El motivo principal de esta investigación es describir y conocer más a fondo las revistas callejeras, publicaciones que forman parte de los medios alternativos. En este caso, la publicación tiene como problema práctico atender a las personas en situación de calle a través de la venta de mano en mano de la revista y de la reinserción social de dichas poblaciones, a través de la generación activa de contenido.

La disciplina a la que se circunscribe esta investigación es la Comunicación, la cual, a su vez, cuenta con la sub-disciplina de los estudios de los medios alternativos, con base en el análisis crítico del discurso, ideología y análisis narratológico de los textos. El problema práctico que motivó a realizar esta investigación radica principalmente en que las revistas callejeras son un fenómeno reciente en la Ciudad de México, que atienden a personas en situación de calle. “Mi Valedor” es una publicación impresa con un tiraje muy bajo – alrededor de los 4mil ejemplares por edición bimestral – del cual, existen vacíos de conocimiento en el ámbito académico por su reciente creación de la revista. La importancia de investigar para conocer esta revista es fundamentalmente describir cómo opera esta publicación a nivel narrativo y detallar cómo son las formas en las que ayuda a las personas en situación de calle, lo cual es la razón de ser de “Mi Valedor”.

Como se ha mencionado anteriormente, la información que existe sobre los medios alternativos es tan amplia, que existe una dispersión semántica sobre este tema. Esto puede llegar a producir confusión sobre los temas que la involucran. El hueco de conocimiento que se ha detectado sobre la revista callejera mexicana “Mi Valedor” reside en, justamente, al ser un proyecto de reciente creación en México, no existe información de carácter académico sobre el tema. Existe información periodística, sin embargo, no se detectó que cuestione o problematice cómo trabaja y opera el modelo, simplemente retoma el discurso que tiene la revista para trabajar con las personas en situación de calle.

La importancia de investigar este tema recae en conocer cómo un medio alternativo “da voz” y genera inclusión social por medio de una publicación callejera impresa. O todo lo contrario, si realmente es la “voz” de los “sin voz” o excluidos y simplemente opera a través de narrativas y representaciones de las personas en situación de calle como víctimas de su condición.

El debate académico detectado sobre estos medios alternativos gira en torno a ser un elemento que propicia la participación ciudadana de otros sectores y sobre todo, genera las condiciones de posibilidad

para que “los sin voz” puedan tener un espacio para ser escuchados y tengan la oportunidad de participar y de ser incluidos con otras “voces”, generando un ambiente de participación democrática y reduciendo la exclusión o bien, buscando la participación de las minorías.

La pregunta preliminar que surge es: ¿Cómo se representa la camarería y la amistad a través del lenguaje coloquial en la Ciudad de México? La mejor opción parece ser “valedor”. Es justamente esta palabra que en la Ciudad de México ha recibido una carga simbólica importante dentro de la jerga mexicana. El significado que “valedor” adquiere es aquella persona que, sin pedir nada a cambio - aparentemente – te ayuda ante una situación adversa, muchas veces sin importar las condiciones que esto implica. En palabras más simples: “la persona que te echa la mano”. En la definición de la Real Academia Española, “valedor” es “Persona que vale (l ampara).”³

Parte de esta explicación la ofrece “Mi Valedor”. Una “revista callejera” en la Ciudad de México que inició su circulación por las calles con su primer número el 19 de mayo del 2015⁴. La distribución de esta producción cultural impresa supone principalmente la venta de mano en mano en ciertos puntos de la Ciudad, los cuales están caracterizados por su cercanía con algún barrio turístico o bien, con una gran afluencia de gente.

Pero, ¿quiénes son las personas que venden estos números? Son nombrados por las creadoras del proyecto y, a su vez, ellos se auto-identifican como “Valedores”. Así se ha generado este proceso de identidad, a través del proyecto de la revista, a las personas en situación de calle en la misma Ciudad que conocieron el proyecto y decidieron trabajar para el mismo y así obtener un ingreso legítimo y reinserirse socialmente, según la publicación callejera.

Dentro de las labores que ha especificado la revista en sus diferentes medios de comunicación, tales como su canal de YouTube, cuenta oficial de Twitter, Facebook e Instagram, el equipo de “Mi Valedor” – conformado principalmente por un equipo de voluntarios acuden a albergues para personas que viven en situación de calle en la Ciudad de México y les hablan del proyecto como una forma de trabajo en la que, a través de la venta de la revista obtendrán un ingreso legítimo. Esta labor traerá consigo otros beneficios como impartición de talleres creativos y artísticos así como inserción de contenido en la revista, y sobre todo, se asegura que dentro de la participación del proyecto, se logrará la reinserción social de estas poblaciones vulnerables.

³ Definición extraída desde: <https://dle.rae.es/?id=bHpUA3F>

⁴ No se ha encontrado información del día exacto en que se vendió por primera vez la revista “Mi Valedor” en la Ciudad de México; sin embargo, para fines prácticos, se optó por tomar como punto de referencia la fecha en la cual se terminó de imprimir el primer número “Amarrados”. Consultado en: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-1-amarrados/0440573001494906361>

Las personas de los albergues que se interesan en el proyecto, acuden a “Mi Valedor”. Se les entrega un chaleco rojo con el imatipo del mismo proyecto, así como una credencial que les genera un proceso de identificación con la revista. La replica del proyecto retoma las bases y fundamentos de la ya posicionada revista callejera en Londres, Inglaterra “The Big Issue”. Un proyecto que se gestó en los años 80’s y 90’s con el fin de ofrecer un empleo a los homeless de ese país y sobre todo, “dar voz a quienes no la poseen”. María Portilla, una artista mexicana cuenta, a través de su canal oficial de YouTube que en sus estudios sobre Artes realizados en Londres fue como conoció el proyecto y pensó en implementarlo en la Ciudad de México.

¿Qué es lo que resulta interesante para conocer más sobre la revista “Mi Valedor”?

Esta publicación tiene un impacto dentro de la disciplina de la Comunicación y en las subdisciplinas de los Medios alternativos y elementos del Periodismo Social. Es decir, siempre que se habla de medios de comunicación – masivos y no masivos – habrá líneas generales de interés sobre qué y cómo es lo que se está diciendo en ellos. Sin embargo, en esta investigación se pregunta ¿Cómo son representados los “valedores” en el discurso de la revista? Es decir, cómo, a través de un discurso dentro de los textos verbosuales – texto e imágenes – se representa a una parte de la sociedad que tiene una condición que la podría etiquetar como una víctima de un sistema de desigualdad social. Otra pregunta es, justamente relacionada con la anterior: ¿Existe un discurso de víctima dentro de la publicación? Al tener, entonces, a personas en situación de calle y ofrecer una revista con contenido urbano – es decir, temáticas sobre barrios populares en la Ciudad, festividades, vida cotidiana, pobreza y segregación social – se podría inferir que la revista se vale de elementos retóricos para ofrecer un discurso que apele a los sentimientos que generan a la víctima: uno de los puntos de partida es “los sin voz”.

Es preciso también recordar que la revista “Mi Valedor” es un producto coleccionable que, a pesar de tener como bandera el ayudar a personas en situación de calle en la Ciudad de México, cuenta con un tiraje muy bajo – 4 mil ejemplares por edición bimestral –. Por ende, existe muy poca información – de carácter académico respecto al tema. Al ser una cantidad muy baja de tiraje, es muy poco conocida y no está al nivel de las revistas comerciales que se distribuyen en el país. Además, dicha distribución es por medio de personas, que no tienen un horario fijo, aunque sí puntos para su distribución – específicos de la ciudad –. No son vendidas en puestos oficiales o grandes almacenes, lo que provoca este poco conocimiento del proyecto, además de ser nuevo – tres años de gestación –.

Esta tesis forma parte el proyecto de investigación de la Universidad Iberoamericana “Narrativas, periodismo y regímenes discursivos de la cultura”, cuyo investigador responsable es el Dr. Sergio Rodríguez Blanco

CAPÍTULO I. DE LOS MEDIOS ALTERNATIVOS A LAS REVISTAS CALLEJERAS. LA REVISTA MEXICANA “MI VALEDOR”

1.1. Los medios de comunicación y sus múltiples discursos

Para esta investigación, uno de los puntos de partida son los medios de comunicación y sus múltiples discursos. Un argumento tangible es justamente que esta tesis está realizada a partir de la disciplina de la comunicación, entendida desde los análisis de los discursos que se plasman en los medios y así describir qué significan y cómo operan estos discursos como vehículos de significado.

“Mi Valedor” es una revista impresa que tiene como objetivo ser vendida por personas en situación de calle en la Ciudad de México y así, proporcionarles un ingreso legítimo a partir de un trabajo que es la venta en calle. Al conocer en sencillas palabras cómo opera a nivel de producción esta revista callejera, tenemos delante de nosotros una parte de este gran espectro que comprenden las palabras: medios de comunicación.

Devereux (2007) en su obra “Media studies” [traducción: “Estudios sobre medios”] habla al respecto de los medios de comunicación:

[Traducción] El proceso de dar sentido al mundo y tomar significado de las cosas que nos rodean es una de las principales razones por las cuales las personas están fascinadas con el papel de los medios en la sociedad. Esto se debe en gran parte a la centralidad de lo simbólico para el contenido y la forma de los medios: literalmente, ¿qué significan las imágenes de los medios para la forma en que interpretamos y evaluamos el mundo? En otras palabras, cómo se pensó que se transmitía el significado, se logró el consenso y el cambio se consideró posible a través de los medios de comunicación. (p. 7)

En esta lógica, estudiar la revista callejera “Mi Valedor” es una forma de comprender cómo el discurso que tiene la publicación da sentido y toma significado a partir de enunciarse como una revista que atiende a poblaciones callejeras en la Ciudad de México. “Mi Valedor” es una publicación callejera que entendemos como medio de comunicación, debido a que involucra a personas que buscan vender la revista con contenido textual y visual sobre ciertos temas que ellos suponen importantes para incluir en dicho medio impreso. Este contenido, para la presente investigación se convierte en un discurso. Sobre esta categoría, Machin & Andrea Mayr (2012) escriben:

[Traducción] (En Análisis crítico del discurso) el discurso se usa como una representación particular del mundo. Los discursos comprenden participantes, valores, ideas, escenarios, tiempos y secuencias de actividad. [...] Un discurso puede ser comunicado por referencia a actores sociales específicos que a su vez significarán tipos de acciones, valores e ideas sin que estos sean específicos. (p. 219)

Al tomar en cuenta esta segunda parte, la cual complementa la visión de los medios de comunicación presentada arriba, el discurso se vuelve una pieza fundamental para el análisis de esta producción callejera. “Mi Valedor”, como ya se ha dicho antes, representa una visión particular del mundo, en este sentido sobre temas urbanos de la Ciudad de México, así como problemáticas de poblaciones excluidas o vulnerables – refiriéndose a personas que viven en situación de calle en dicha Ciudad –. Estas representaciones son de interés fundamental también, ya que van acompañadas para conocer como estas personas en situación de calle – llamados por la revista como “valedores” – que han decidido participar en el proyecto se representan a través de esta generación de contenido. Su participación es parte de la dinámica que propone la revista como una alternativa para la reinserción social de los “valedores”. En otras palabras, acercarse al discurso que “Mi Valedor” tiene en sus narrativas permitirá conocer cómo se representan los “valedores” en este contenido y dentro del proyecto de la revista callejera, es decir, qué tipo de participantes, acciones, valores, ideas y escenarios se plasman en la publicación.

1.2. Los medios impresos y el monopolio de las voces hegemónicas

En este apartado, se propone a mencionar algunas cuestiones de contexto sobre los medios impresos. En una primera parte, se busca conocer algunos datos relevantes e históricos, que se hermanan con el papel de la comunicación nuevamente. Para una segunda parte, se pone en conflicto a los medios impresos a través del monopolio de las voces hegemónicas, es decir, cómo a través de los medios impresos, muchas veces llamados medios masivos, existe un monopolio sobre quiénes tienen la capacidad para expresarse en ellos. Algo que supone romper la revista “Mi Valedor” es justamente esta dinámica monopólica, en la que “los sin voz” puedan tener un espacio para escribir sobre otras temáticas.

En este apartado, damos cuenta de la importancia de los llamados medios alternativos, que, entre todas las alternativas que pueden ofrecer, una de ellas presupone dar visibilización a otros temas que muchas veces no son abordados en los medios masivos y sobre todo, dar el espacio a los llamados “los sin voz” u otros actores que son enunciados como excluidos.

Antes de dar paso con los medios impresos, quisiera poner en contexto la palabra <<medio>>. Para esta labor, utilizaré la obra editada por Bruhn Jensen (2014) sobre “La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa”. Este tema sobre la categoría <<medio>> es abordada por Scannell (2014) en la que menciona que:

Obsérvese que es un sustantivo plural: un “medio”, los medios. Esta pluralidad usualmente se entiende si incluyera a la prensa y a las transmisiones radiofónicas y televisivas, y además al cine, quizá. [...] Lo que podemos decir sobre “los medios” es que el sentido en que comúnmente se usa hoy –y actualmente es parte del uso común y del vocabulario cotidiano de todos – se acuñó a principios de la década de 1960. El uso anterior del término – en su forma inglesa *medium* – provenía de la moda del espiritismo que se extendió mundialmente a finales del siglo XIX, una moda que, como John D. Peters (1999) ha demostrado convincentemente, se vinculaba con la influencia de las nuevas tecnologías de comunicación: el telégrafo y el teléfono. [...] Los medios modernos de comunicación – los diarios, las transmisiones de radio y televisión e internet – forman parte de un largo continuo temporal que, a través de los sistemas de comunicación de la escritura (la que con frecuencia se considera el punto inicial de la historia), se remonta al lenguaje oral y por lo tanto al principio de la vida social humana. [...] Además, “los medios” funciona como una descripción sintética y, por consiguiente, ambigua cuando se usa en relación con la llamada “historia de los medios”, ya que los diferentes medios que constituyen “los medios” hasta el momento sólo se han estudiado históricamente como fenómenos singulares y no como la totalidad relacional que el término mismo implica. (p. 351, 352)

En primer lugar, al hablar de medios, es inevitable mencionar la palabra comunicación y cómo se entiende la misma. En segundo lugar, mi unidad de análisis es un medio impreso, el cual se produce, se distribuye y se consume en un contexto social, es decir, hay un impacto de este medio. Acerca de dicho

impacto, retomo la visión de la comunicación de Scanell (2014): “La comunicación es tan antigua como la humanidad, en la medida de que el lenguaje es parte integral del ser humano.” (p. 352)

La revista “Mi Valedor” supone un contenido textual y visual, pero siempre desde el contenido impreso. Hay un porqué del funcionamiento de los medios impresos ligado a la separación entre individuos letrados e iletrados. Al respecto, Scanell (2014) menciona sobre los sistemas de escritura, citando a Innis (1951):

“Los sistemas de escritura (...) se desarrollaron como un medio para coordinar y controlar las actividades humanas a través de un tiempo y un espacio extendidos. La escritura es un sistema de registro: una forma de anotar las cosas afin de que sea posible transmitir datos a través de grandes distancias y conservarlos a través del tiempo como un registro material de lo que se ha dicho y hecho. [...] Los sistemas de comunicación escritos demuestra claramente que las funciones primordiales de la escritura siempre se han vinculado con el poder económico y político [...] inmediatamente ha producido una distinción fundamental entre los letrados y los iletrados, entre los individuos educados e ignorantes. (p. 353)

La idea anterior sobre esta distinción abona a la discusión, que se tratará más adelante en este documento. “Mi Valedor” es una revista que promete ayuda a poblaciones vulnerables o excluidas a través de dos labores fundamentales. La primera, ser un ingreso legítimo para una persona en situación de calle que quiera vender la revista, es decir, una venta de mano en mano en puntos estratégicos de la Ciudad de México. La segunda, relacionada con la idea de la escritura, es que la revista callejera supone ser un medio de participación de estas personas en situación de calle, a través de la generación de contenido. De manera superficial – ya que más adelante se profundizará y se problematizará sobre esta enunciación de la revista – se puede apreciar que el proyecto de “Mi Valedor” rompe con ese poder asimétrico entre individuos letrados y letrados. Esto, derivado de que en muchas ocasiones, las personas en situación de calle no cuentan con estudios básicos que les permitan leer o escribir, y que esto, es uno de los principales argumentos para decir que están excluidos de la sociedad, ya que no cuentan con las herramientas para operar en el sistema social laboral.

Siguiendo con esta revisión histórica de los conceptos, una de las aproximaciones que se ha de esclarecer es sobre la historia de la prensa. A manera de contextualización, resulta fundamental e importante seguir con la visión de Scanell (2014). Sobre la prensa menciona:

Los periódicos, tal como los conocemos en Norteamérica y Europa, se remontan al siglo XVII. [...] Las historias de la prensa, en el Reino Unido, datan a lo menos de mediados del siglo XIX. [...] El momento clave se da a mediados del siglo XIX, cuando los periódicos se liberaron de los impuestos punitivos que el

gobierno había instaurado para impedir que los periódicos radicales “sin licencia” criticaran a la élite en el poder [...]

La historia más influyente de la prensa estadounidense se deriva de premisas bastante diferentes. Es una historia social, más que política [...] no tenía un concepto de “objetividad”, sino que éste surgió cuando la prensa se industrializó y el periodismo se profesionalizó totalmente en el siglo XX. La distinción entre los “hechos” y la “opinión”, la información y el comentario, fue el complejo resultado de las presiones comerciales de la producción en masa y la amplificación de la democracia. (P. 359 – 361)

El contexto anterior da una breve muestra sobre las lógicas en las que se ha desempeñado la prensa o bien, los medios impresos. Una suerte económica la ha acaparado para formar esta prensa con base en lo que se debe de decir y lo que no. Esto responde a las ideas de monopolio y voces hegemónicas que se desenvuelven en los medios impresos. El panorama es bastante peculiar, ya que desde esta perspectiva, las presiones comerciales son las que marcan, como una parte fundamental del todo, la producción de la información, en otras palabras, lo que se dice y cómo se dice, así como lo que no se debe de decir.

Como mencionaba con anterioridad, los medios alternativos tienen esta función de ir en contra de estas presiones comerciales principalmente y ofrecer al consumidor otras narrativas que muy difícilmente se encuentran en los medios impresos masivos. Sin embargo, esto no significa que estén eximidos de presiones. Tal es el caso de “Mi Valedor”, en el que se retoma el pilar fundamental de la razón de ser de la revista: una reinserción social a través de la venta de mano en mano y de una generación de contenido de poblaciones vulnerables y excluidas.

1.3. Surgimiento de los medios ciudadanos, medios activistas y medios autónomos: ¿son lo mismo?

Para esta sección, se definirán los conceptos sobre <<medios ciudadanos>>, <<medios activistas>> y <<medios autónomos>>. Es importante hacer esta distinción, dado que pueden parecer lo mismo; sin embargo, cada uno tiene una función específica, e incluso, algunos toman distancia sobre las revistas callejeras, en específico, la revista mexicana “Mi Valedor”. Estas categorías tienen en común ue, hasta cierto punto, los tres forman parte de los medios alternativos, otro campo que resulta complejo de definir por su dispersión semántica, mismo que se abordará más adelante.

Comenzaré por los <<medios ciudadanos>>. Este apartado retoma el artículo de Pettit et. al. (2009), en el que el argumento principal propone una perspectiva crítica que está ausente en los anteriores justo porque evidencia una perspectiva positiva de los investigadores frente a los medios ciudadanos como construcción de procesos de identificación / identidad, así como generación de comunidades sociales que generen relaciones más sólidas entre las mismas. Pettit et. al. (2009) presentan la conjetura principal de este artículo a partir de su contribución a la construcción social y cultural:

Los medios y la comunicación de los ciudadanos aún son poco comprendidos en la corriente principal de la política y la práctica del desarrollo, y son propensos a formas de implementación simplistas, debido a la falta de una comprensión coherente de los procesos sociales, culturales y políticos que los hacen formativos. [...] Los autores encuentran que los medios de comunicación de los ciudadanos van más allá de llevar diversas voces a la política pluralista: contribuyen a los procesos de construcción social y cultural, redefinen las normas y las relaciones de poder que excluyen a las personas. La propiedad local y el control de sus propios medios pueden permitir a las personas remodelar los espacios en los que sus voces encuentran expresión. (p. 443)

Con base en la idea anterior, los autores mencionan que los medios ciudadanos son poco comprendidos porque se han leído de una forma simplista, como si fueran únicamente una pequeña válvula para atacar una problemática social – poblaciones vulnerables en situación de calle o excluidas –. Siguiendo esta línea, de visión, Pettit et. al. (2009) concluyen que estos medios pueden ser un paso para redefinir las normas dominantes:

Muchos de los artículos muestran que los medios de comunicación de los ciudadanos son mucho más que la incorporación de voces diversas a formas de política pluralistas existentes, por importante que sea. Como procesos de construcción social y cultural a largo plazo, los medios de comunicación de los ciudadanos forman parte de un proceso de redefinición de las normas dominantes y las relaciones de poder que

marginan y excluyen a las personas. Al tener las capacidades, la propiedad y el control para administrar sus propios medios, las personas pueden remodelar y crear los espacios sociales, culturales y políticos en los que sus voces encuentran expresión. (p. 451)

Desde el punto de vista de Petit et. al. (2009) establecen tres parámetros para el posible empoderamiento: capacidad, propiedad y control. Resulta fundamental para esta investigación enfatizar que estas visiones positivas que se han presentado sobre los Medios ciudadanos, Prensa callejera y Cambio social son el común denominador de estudios que se han realizado sobre los medios alternativos. La base de las conclusiones es que este tipo de ejercicios de comunicación producen habilidades de autoestima y empoderamiento para reinsertarse – como población vulnerable – al contexto social. La mirada siempre se sitúa también en la generación de comunidades y sobre todo, de dar voz a “quienes nunca la han tenido.”

La siguiente categoría a definir son los <<medios activistas>> y a su vez, los <<medios autónomos>>. Mitzi Waltz (2005) y Langlois y Dubois (2005) retomados por Coyer et. al. (2007) dentro de su libro *The alternative media handbook* proporcionan una distinción entre los conceptos de “activismo” y “autónomos” cuando van acompañados con la palabra medios. En esta distinción se dice:

[Traducción] Mitzi Waltz cree que es importante entender que "alternativo" y "activista" no necesariamente significan lo mismo. Los medios activistas, como lo indica el término, animan a los lectores a involucrarse activamente en el cambio social '(2005: 3). Ella no asume que este cambio debe ser progresivo, "alternativo" en el sentido de radicalidad política, por lo que los medios de comunicación activistas podrían "promover acciones absolutamente generales, como votar por el político de su elección o ser voluntario para la caridad". Los medios "alternativos", por implicación, no tendrían una relación tan acogedora con 'el mainstream'.

Paradójicamente, es precisamente una acusación de este tipo de comodidad que los defensores de la etiqueta "autónomo" hacen acerca de los "medios alternativos". "Autonomous media" es el título de un libro reciente (Langlois y Dobouis 2005) que propone una diferencia crucial entre los medios "alternativos" y "autónomos":

Se hace una distinción entre los activistas de los medios alternativos, los que trabajan para reformar los medios de comunicación tradicionales y los activistas de los medios de comunicación autónomos, los que buscan evitar a los medios de comunicación tradicionales mediante el fomento de nuevas formas de comunicación democrática y participativa. (Uzelman 2005: 17)

En otras palabras, la distinción es entre posiciones reformistas y revolucionarias, la primera que conduce a un acuerdo con el status quo, la segunda, en opinión de los defensores de los "medios autónomos", siendo una ruta más confiable para la transformación radical y estructural del paisaje mediático. (p. 9)

“Alternativo” y “autónomo” son conceptos en apariencia similares nos ofrecen dos caminos diferentes. Por un lado, el activismo, que guarda un gran vínculo con “lo alternativo”, busca que el lector se decante por el cambio social y que, por lo mismo, toma distancia de los medios masivos de comunicación (*mainstream*). Por otro lado, lo autónomo compete principalmente a fomentar nuevas formas de comunicación democrática y participativa a través de una transformación radical del paisaje mediático. Como lo menciona Coyer et. al. (2007), no es una visión binaria precisamente: “Alternativo vs Los medios masivos”. Cada uno de estos conceptos previamente definidos se circunscribe en un contexto histórico diferente con sus peculiaridades, sin dejar de lado el cambio político. Subrayo esta diferenciación de conceptos, pues como se mencionó en un principio, existe una dispersión semántica cuando se habla de medios alternativos y sus derivados.

1.4. La relación actual entre los “medios alternativos”, los movimientos sociales y “los sin voz”

Como se ha visto anteriormente, investigar sobre las revistas callejeras implica sumergirse en un mar de conceptos que guardan un gran vínculo entre sí. Conceptos como “medios alternativos”, “prensa radical”, “periodismo ciudadano”, “medios comunitarios” o “medios activistas” por nombrar algunos, pueden generar una confusión e imprecisión al momento de querer enfocar dichas revistas. Coyer et. al. (2007) escribieron un manual sobre medios alternativos en el que explican este “nudo” de conceptos. En su obra señalan sobre todas estas etiquetas de los medios alternativos:

[Traducción] Hay casi tantas respuestas a esto como personas que piensan y escriben acerca de esto, creando etiquetas y definiciones que compiten entre sí. "Medios alternativos" es probablemente la etiqueta más común, pero algunos prefieren medios "radicales" o "independientes", y otros "ciudadanos", "tácticos", "activistas" o "autónomos". Luego están los conceptos y las prácticas aliadas de los medios de "comunidad" y "participativos". Ninguna de estas son frases vacías: todas expresan creencias diferentes acerca de la función cultural y política de esta área de trabajo [...] (p. 3)

Incluso, en este panorama por entender cada una de las etiquetas, este manual retoma a uno de los escritores más frecuentes que se citan en esta investigación – Chris Atton – quien puede ser visto como el autor que se decanta por usar el término de “Alternative media”. Coyer et. al. (2007) escriben al respecto:

[Traducción] Chris Atton usa el término "medios alternativos" para referirse a una variedad de proyectos, intervenciones y redes de medios que trabajan en contra o buscan desarrollar diferentes formas de las formas dominantes esperadas (y ampliamente aceptadas) de "hacer medios" (Citado dentro del Manual, 2004: ix) [...]. Atton cree que los medios alternativos deben abarcar todas las formas culturales de producción independiente y deben mostrar las siguientes características (Atton 2002b: 27):

- Contenido radical, ya sea político o cultural.
- Forma estética fuerte.
- Emplee 'innovaciones / adaptaciones reproductivas' (Ibíd.) aprovechando al máximo la tecnología disponible y de vanguardia.
- Medios alternativos de distribución y ética de derechos de autor.
- Transformaciones de los roles y relaciones sociales en organizaciones colectivas y des-profesionalización.
- Transformación de procesos de comunicación - 'vínculos horizontales' (Ibíd.).

[...]La doble naturaleza del papel de los medios alternativos: proporcionar contenido (cultural o político) que difiere del de los medios dominantes, y ofrecer ejemplos de modos alternativos de producción que sean más democráticos y participativos, organizados horizontalmente en lugar de jerárquicamente. Estas funciones son ambas 'contra-hegemónicas' [...] (p. 3, 4)

Es pertinente retomar estas líneas, debido a que en un primer momento “Mi Valedor” busca tener algunas funciones sobre lo que se ha definido como “medios alternativos”. Por una parte, proporcionan contenido cultural – como se ha dicho anteriormente – sobre la Ciudad de México y los llamados barrios populares de la urbe. Además, el nombre hace alusión al vocabulario coloquial de ciertas partes del país, al ser “valedor” una especie de amigo que se puede encontrar en el barrio y que te apoya en ciertos momentos difíciles.

Volviendo a la teoría, dentro de este mar de conceptos, Coyer et. al. (2007) retoman el concepto de “Radical media” o “medios radicales”, del cual mencionan que:

[Traducción] La naturaleza política de los medios alternativos a menudo está presente independientemente del contenido, que se encuentra en el mero acto de producir. John Downing, en su caso por el concepto de "medios radicales", enfatiza el surgimiento de los medios de los movimientos políticos y sociales, afirma que "los medios alternativos son casi oxímoron. Todo es, en algún momento, alternativo a otra cosa' (2001: ix). Los medios radicales, para John, incluyen formas como la danza y el grafiti, y se definen por su relación subversiva con el poder y la autoridad en general.

[...] El periodismo radical es tan antiguo como la imprenta. En 1776, Thomas Paine ayudó a fomentar la Revolución Americana a través de la distribución de sus folletos, sobre todo "Common Sense", una pieza incendiaria de periodismo radical que aboga por la independencia de Gran Bretaña.

[...] El periodismo radical no es un fenómeno nuevo. [...] Se puede ver al periodismo radical como un reportaje desde la posición del sujeto de una persona con una perspectiva política descarada, cuya ideología se revela desde el principio sin el pretexto de distancia del sujeto. (p. 4)

Este encuadre sobre medios radicales vemos que no se apega tanto con el objeto de estudio de la presente investigación. Ya que “Mi valedor”, más que ser un medio disruptivo con el poder y la autoridad, parece que se decanta más por la “asistencia social” a una problemática del país, focalizada en la Ciudad de México que trata sobre las poblaciones vulnerables que se encuentran en situación de calle. Sin embargo; se pueden encontrar algunos discursos que reclaman al poder – en este caso, las instituciones públicas del país – sobre su obligación de mejorar las condiciones sociales de vida de dichas poblaciones vulnerables, sobre todo, en la parte de la carta editorial de la revista. Otro concepto que se suma a la lista y que vale la pena resaltar es “Tactical media” o bien, “Medios tácticos. García, en el interior de Coyer et. al. (2007) menciona que:

[Traducción] El término fue acuñado originalmente para identificar y describir un movimiento que ocupa una "tierra de nadie" en las fronteras de los medios experimentales (arte, periodismo y activismo político), una zona que, en parte, fue posible gracias a la disponibilidad masiva de un nueva generación potente y flexible de herramientas multimedia. Esta constelación de herramientas y disciplinas también fue

acompañada por un conjunto distintivo de rechazos: de la posición de la objetividad en el periodismo, de la disciplina y el instrumentalismo de los movimientos políticos tradicionales, y por último del bagaje mítico y los cultos de personalidad atávica del mundo del arte. Esta "negatividad" organizada, junto con el amor por las colaboraciones rápidas, contundentes e improvisadas, dio a esta cultura su propio espíritu y estilo distintivos y ayudó a introducir nuevos niveles de imprevisibilidad y volatilidad tanto para la política cultural como para el panorama de los medios más amplios. La fase inicial de los medios tácticos reinvertió una nueva energía en el proyecto de "política cultural". Fusionó la política de información radical y pragmática de los piratas informáticos con una práctica bien establecida basada en críticos de la representación. (p. 6)

Este concepto, a pesar de que no tiene un vínculo significativo con la revista "Mi Valedor" se presenta por ser pertinente para esclarecer de qué se habla cuando se ofrece un panorama sobre los medios alternativos. Tal como se especifica en el párrafo citado, esta cuestión de los medios tácticos hace alusión a las herramientas multimedia, a generar otro tipo de discursos sobre todo dentro de internet, una zona que se volvió popular en los noventa con el auge que recién comenzaba a tomar dicha herramienta, esto sin dejar de lado la ruptura con la llamada "TV comercial" y las comunicaciones dominantes. Siguiendo la línea de los "términos alternativos" para referirnos a estas formas de hacer comunicación, encontramos "Citizens' media" o "medios ciudadanos. Al respecto, Coyer et. al. (2007) mencionan que:

[Traducción] (Citando a Rodríguez dentro (2001, 18 - 20) [...] Rodríguez utiliza la refundición del concepto de "ciudadano" y "ciudadanía" de Chantal Mouffe lejos de las definiciones legales que dejan fuera a los inmigrantes y personas indocumentadas, hacia una forma de identificación, 'un tipo de Identidad política: algo para construir, no empíricamente dado (Ibíd.: 18 – 19). En este sentido, "ciudadanía" no se trata de votar y protestar y de un sistema basado en los derechos, sino de expresar la ciudadanía en una multiplicidad de formas, como la transformación de códigos simbólicos y las relaciones y jerarquías sociales tradicionales. (Ibíd.: 19- 20) Rodríguez sugiere que los medios de comunicación de los ciudadanos implican primero que una colectividad está promulgando su ciudadanía al intervenir activamente y transformar el paisaje de medios establecido; segundo, que estos medios están impugnando códigos sociales, identidades legitimadas y relaciones sociales institucionalizadas; y tercero, que estas prácticas comunitarias están empoderando a la comunidad involucrada, hasta el punto en que estas transformaciones y cambios son posibles (Ibíd.: 20, énfasis original). Este enfoque en los procesos sociales la lleva a una visión de los medios de comunicación de los ciudadanos como algo que pertenece al ámbito ordinario, lo no permanente y transitorio de lo cotidiano [...] (p. 8)

Esta concepto parece relacionarse también con el objeto de estudio – la revista mexicana "Mi Valedor" –. Dentro de su discurso, la revista busca empoderar a las personas en situación de calle por medio de talleres artísticos, culturales y creativos para generar contenido y que generen una comunidad en la cual se sientan identificados. Es decir, buscan que intervengan de manera activa en la participación del proyecto y se haga más visible una de las problemáticas sociales del ámbito mexicano. Nuevamente, el discurso interno de la publicación enfatiza el abandono y las poblaciones vulnerables de la Ciudad de México.

1.5. Desarrollo de las revistas callejeras en diversas partes del mundo: los *Street papers*

Ciertas épocas se caracterizan por tener movimientos comunicativos, muchos de estos, en pro de la comunidad y la sociedad en la que se gestan. Las revistas callejeras no son la excepción, pues en gran medida se inscriben en un discurso ligado a un movimiento que busca erradicar una problemática social - gente en situación de calle y segregación social - a través de la generación de contenido cultural y su venta de mano en mano⁵.

De acuerdo a la International Network of Street Papers (red surgida en 1994 en Gran Bretaña)⁶, las revistas callejeras nacieron a finales de los años ochenta en Estados Unidos como Street News. Desde sus inicios buscaron la forma de ayudar, como se mencionó anteriormente, a personas en situación de calle por medio de una especie de auto-empleo. Es decir, los encargados del proyecto se acercaban con personas con dichas características, les ofrecían ayuda a través de talleres culturales - como escritura, dibujo, fotografía, teatro, meditación, entre otros. Posterior a ello, y a través de estas enseñanzas, producían el contenido para la revista y ellos mismos salían a las calles a venderlo. Los ingresos servían para la ayuda de los mismos.

La manera de atender a una problemática social, según estas revistas callejeras fue por medio de una producción de un *fanzine*, es decir, una revista que contara con las temáticas sobre condiciones de segregación social y poblaciones vulnerables, y temas culturales, así como visiones de un grupo de personas que muy probablemente, no habían podido expresarse o no habían sido escuchados. Estos elementos tienen como background los talleres artísticos y culturales como pintura, fotografía, redacción, entre otros, con el fin de desarrollar habilidades en estas personas. Posteriormente, este modelo se replicó de manera veloz a principios de los noventa en Inglaterra. *The Big Issue* (surgida en 1991) es la revista callejera ya inscrita a la *International Network of Street Papers* (INSP), la cual contó con los elementos ya mencionados para proveer esta idea de ayuda a personas con segregación social. Por ejemplo, la revista británica sigue produciéndose actualmente y asegura que desde sus inicios ha ayudado alrededor de 90,000 personas, las cuales han distribuido el material y han obtenido ganancias de las mismas⁷.

Unos cuantos años después, se creó la *North American Street Newspaper Association* (NASNA, surgida en Estados Unidos en 1996). Esta asociación, desde su nacimiento delimitó de manera clara sus objetivos: ofrecer apoyo y cultivar una red autosustentable de revistas callejeras que empoderen y den

⁵ Mi Valedor explica el modelo de negocio de la revista en: <https://mivaledor.com/modelo/>

⁶ Para conocer más sobre la historia de esta Red de revistas callejeras ver: <https://insp.ngo/who-we-are/our-story/>

⁷ *The Big Issue*, al ser una de las revistas más longevas de este movimiento, presenta otros datos duros relevantes en su página. Para conocer más sobre ellos, ver: <https://www.bigissue.com/about/>

alternativas de trabajo a gente que vive en un contexto de pobreza⁸. Tanto la International Network of Street Papers como la North American Street Newspaper Association comenzaron a trabajar de manera conjunta hasta el 2013, cuando la INSP se convirtió en la única red global de revistas callejeras debido a la disolución de la primera. Cabe destacar que la NASNA no cuenta con un portal web oficial; sin embargo, la opción más pertinente que aparece en internet es un sitio creado en WordPress. En su sitio se define qué es un periódico / revista callejero y cómo funciona este. De acuerdo a dicho portal:

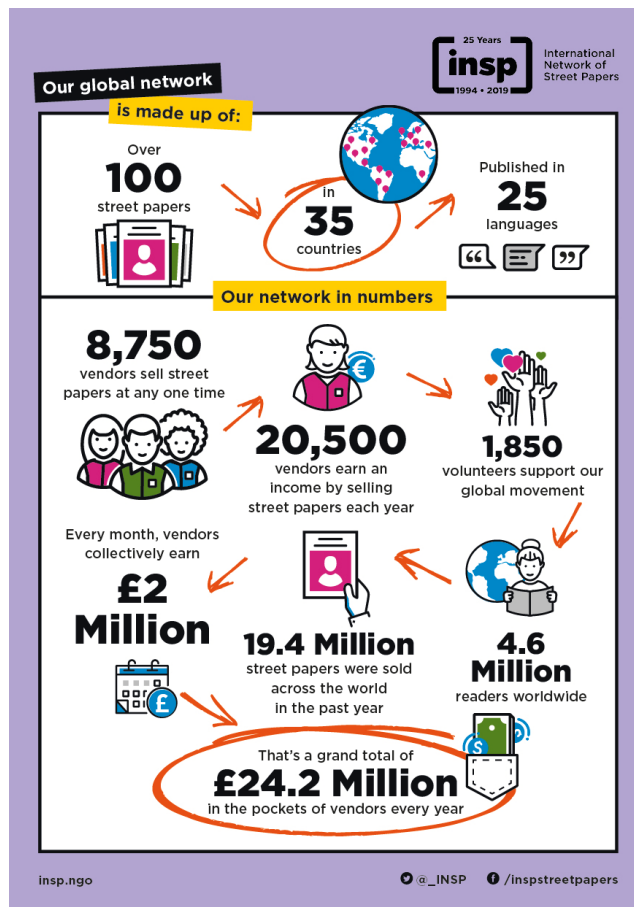
Un revista callejera es una publicación periódica que fundamentalmente trata sobre temas de pobreza y gente en situación de calle, el cual es distribuido por vendedores con dichas características. Estos distribuidores (que reporta de Estados Unidos) venden la revista en un precio fijo, usualmente de un dólar, y posteriormente tienen que pagar a la organización que los elabora - entre el 20 y 40% de dólar - para seguir adquiriendo y así vender más números. Los ‘vendedores autoempleados’ salen a las calles a comercializar las revistas y es de esta forma como generan ingresos para ellos mismos también. Para mucha gente, esto es una oportunidad que necesitan para regresar y permanecer en un albergue.

Los beneficios de las revistas callejeras van más allá de una oportunidad económica. Para el vendedor, se obtiene una experiencia positiva de auto-ayuda que rompe con la segregación social que mucha gente en situación de calle experimenta. Ellos ofrecen al público un medio para obtener dinero, el cual ayuda a la gente sin hogar, y con el tiempo, a generar relaciones de cuidado de estas personas. Muchas de las revistas callejeras también proveen a las personas de la calle y a aquellos que se encuentran en segregación social oportunidades para expresarse a través de la publicación de sus artículos, cartas, y trabajos artísticos. Esas publicaciones construyen un puente entre la gente en pobreza y el público en general, ayudando a comprender los temas e historias personales de aquellos que se encuentran en el escalón más bajo de la economía. (Traducción)⁹

Actualmente, según la INSP, existen más de 100 publicaciones de este tipo, en 34 países, escritos en 24 idiomas diferentes. En su totalidad, la red cuenta con 9,300 vendedores callejeros; con un ingreso mensual total entre todos los vendedores callejeros de 2 millones de libras (equivalente a 52 millones de pesos mexicanos), con un alcance de 5 millones de lectores alrededor del mundo.

⁸ Consultado desde: <https://northamericanstreetnewspaperassociation.wordpress.com/>

⁹ Al ser un *weblog* / WordPress, presenta una entrada en la que explica qué es un street paper: <https://northamericanstreetnewspaperassociation.wordpress.com/2010/02/26/what-is-nasna/#more-63>



La infografía que se muestra se encuentra en el sitio web: <https://insp.ngo/who-we-are/our-impact/>

1.5.1. ¿Qué es la ‘International Network of Street Papers’ (INSP)?

Para este apartado, se realizará el contexto histórico correspondiente de la ‘International Network of Street Papers’ (De ahora en adelante, INSP). Como se ha mencionado a lo largo de esta investigación, la INSP es la red de periódicos callejeros que cobija a las revistas que tienen como objetivo, ayudar a personas en situación de calle, a través de la venta y talleres creativos para la generación del contenido.

De acuerdo con la *International Network of Street Papers* (red surgida en 1994 en Gran Bretaña)¹⁰, las revistas callejeras nacieron a finales de los años ochenta en Estados Unidos como *Street News*. Desde sus inicios buscaron la forma de ayudar, como se menciona anteriormente, a personas en situación de calle por medio de una especie de *auto-empleo*. Es decir, los encargados del proyecto se acercaban con personas con dichas características, les ofrecían ayuda a través de talleres culturales - como escritura, dibujo, fotografía, teatro, meditación, entre otros. Posterior a ello, y a través de estas enseñanzas, producían el contenido para la revista y ellos mismos salían a las calles a distribuirlo. Los ingresos serían para la ayuda de los mismos, visto como una forma de auto-empleo.

Casi en paralelo, en 1996 surgió la se creó la *North American Street Newspaper Association* (NASNA, surgida en Estados Unidos en 1996). Esta asociación, desde su nacimiento delimitó de manera clara sus objetivos: ofrecer apoyo y cultivar una red autosustentable de revistas callejeras que empoderen y den alternativas de trabajo a gente que vive en un contexto de pobreza¹¹. Tanto la International Network of Street Papers como la North American Street Newspaper Association comenzaron a trabajar de manera conjunta hasta el 2013, cuando la INSP se convirtió en la única red global de revistas callejeras debido a la disolución de la primera. Cabe destacar que la NASNA no cuenta con un portal web oficial; sin embargo, la opción más pertinente que aparece en internet es un sitio creado en WordPress. En dicho sitio se define qué es un periódico / revista callejero y cómo funciona este. De acuerdo a dicho portal:

[Traducción] Un revista callejera es una publicación periódica que fundamentalmente trata **sobre temas de pobreza y gente en situación de calle**, el cual es distribuido por vendedores con dichas características. Estos distribuidores (que reporta de Estados Unidos) venden la revista en un precio fijo, usualmente de un dólar, y posteriormente tienen que pagar a la organización que los elabora - entre el 20 y 40% de dólar - para seguir adquiriendo y así vender más números. Los ‘vendedores autoempleados’ **salen a las calles a comercializar las revistas** y es de esta forma como **generan ingresos para ellos mismos** también. Para mucha gente, esto es una oportunidad que necesitan para regresar y permanecer en un albergue.

Los beneficios de las revistas callejeras van más allá de una oportunidad económica. Para el vendedor, se obtiene una experiencia positiva de auto-ayuda que rompe con la segregación social que mucha gente en

¹⁰ Para conocer más sobre la historia de esta Red de revistas callejeras ver: <https://insp.ngo/who-we-are/our-story/>

¹¹ Consultado desde: <https://northamericanstreetnewspaperassociation.wordpress.com/>

situación de calle experimenta. Ellos ofrecen al público un medio para obtener dinero, el cual ayuda a la gente sin hogar, y con el tiempo, a generar relaciones de cuidado de estas personas. Muchas de las revistas callejeras también proveen a las personas de la calle y a aquellos que se encuentran en segregación social oportunidades para expresarse a través de la publicación de sus artículos, cartas, y trabajos artísticos. **Esas publicaciones construyen un puente entre la gente en pobreza y el público en general**, ayudando a comprender los temas e historias personales de aquellos que se encuentran en el escalón más bajo de la economía. (Traducción)¹²

Actualmente, según la INSP, existen alrededor de más de 100 publicaciones de este tipo, en 35 países, escritos en 25 idiomas diferentes. En su totalidad, la red cuenta con 8,750 vendedores callejeros; con un ingreso mensual total entre todos los vendedores callejeros de 2 millones de libras (equivalente a 52 millones de pesos mexicanos), con un alcance de 4.6 millones de lectores alrededor del mundo¹³.

En términos muy concretos, la INSP menciona sus datos en su sitio web de la siguiente forma:

[Traducción] Nuestra red hoy ...

INSP está compuesto por más de 100 periódicos de calle en 35 países, publicados en 25 idiomas.

Nuestros vendedores

- Nuestra red ha apoyado a casi 300,000 personas marginadas desde que se publicó el primer periódico callejero en 1989.
- Hay 8.750 vendedores que venden papeles de calle en cualquier momento.
- Durante el año pasado, más de 20,500 personas obtuvieron ingresos vendiendo un periódico callejero.

Nuestros periódicos callejeros

- En el último año, se vendieron un total de 19,4 millones de periódicos callejeros en todo el mundo.
- Nuestra red de periódicos callejeros habla a 4.6 millones de lectores en todo el mundo.
- El año pasado, los vendedores ganaron un total de £ 24.2 millones.
- Nuestro movimiento global cuenta con el apoyo de más de 1,850 voluntarios en todo el mundo. (sitio web: <https://insp.ngo/who-we-are/our-impact/>)

¹² Al ser un *weblog* / WordPress, presenta una entrada en la que explica qué es un street paper: <https://northamericanstreetpaperassociation.wordpress.com/2010/02/26/what-is-nasna/#more-63>

¹³ La formación actualizada es el reporte anual del 2018-2019 de la INSP, se encuentra en el sitio web: <https://insp.ngo/wp-content/uploads/2019/06/Annual-Report-2018-19-FINAL.pdf>

1.5.2. Surgimiento de la red para las revistas callejeras

Como se ha mencionado anteriormente, la INSP surgió con el objetivo de ser una alternativa de trabajo para personas en situación de calle. Posteriormente, desarrolló otros proyectos con el objetivo de seguir impulsando las actividades que son llamadas de “reinserción social” con las personas excluidas. De acuerdo a su sitio web, la INSP realiza un Summit con el objetivo de conocer el trabajo de las revistas callejeras que cobija alrededor del mundo. Dicha actividad se menciona con las siguientes dinámicas:

[Traducción] Alojado en una ciudad diferente cada año en asociación con el periódico local de la calle, nuestra Cumbre [Global Street Paper Summit] internacional es lo más destacado del calendario del periódico de la calle.

Es el único foro donde el personal del periódico de la calle puede reunirse con colegas de todo el mundo para aprender unos de otros, compartir experiencias y formar asociaciones. Ha sido el telón de fondo de muchas innovaciones, incluida la Copa Mundial de Personas sin Hogar, que comenzó después de una reunión en la conferencia de Cape Town del 2001.

Para muchos periódicos de la calle que operan de manera aislada con recursos limitados, la Cumbre [Global Street Paper Summit] proporciona inspiración vital, motivación, ideas y apoyo. La Cumbre también le permite al INSP la oportunidad de recopilar información de nuestros miembros y trabajar en proyectos de toda la red. (Sitio web: <https://insp.ngo/what-we-do/global-street-paper-summit/>)

El primer *Global Street Paper Summit* está datado en 1995, y como se ha mencionado es una forma de convergencia de los periódicos callejeros en todo el mundo, en los que se comparten experiencia e incluso ha llegado a haber premiaciones por mejor diseño de revista callejera, mismo que ganó “Mi Valedor” en 2018 en el foro que se realizó en Glasgow¹⁴.

Otro de los eventos más representativos de la INSP es sobre la “Homeless World Cup Foundation” (Traducción: Fundación de la Copa Mundial de las personas en situación de calle”. Este evento se define en su sitio web oficial¹⁵ de la siguiente forma:

[Traducción] Cómo todo empezó

“Estaba tomando una cerveza con mi gran amigo Harald Schmied, quien dirigía un periódico callejero para personas sin hogar en Graz, Austria. Habíamos participado en la conferencia anual de la Red Internacional

¹⁴ Reporte anual de la INSP (2018-2019), recuperado desde: <https://insp.ngo/wp-content/uploads/2019/06/Annual-Report-2018-19-FINAL.pdf>

¹⁵ Para más información, consultar: <https://homelessworldcup.org/our-founding/>

de Street Papers (INSP) ”, explica el cofundador Mel Young. "Nos sentamos hasta altas horas de la noche hablando sobre cómo todos podríamos cambiar el mundo".

Mel y Harald acordaron que la conferencia había sido excelente, pero les preocupaba que fuera una reunión de editores, fundadores y directores. No asistieron personas sin hogar.

Plantearon la pregunta: ¿cómo podrían involucrar a las personas sin hogar en la misma inspiración internacional que estaban experimentando?

Después de largas discusiones, se les ocurrió la idea del fútbol, el lenguaje universal.

“Al final de la noche, inventamos la Copa Mundial de los Sin Hogar [Homeless], donde los equipos de todo el mundo podrían representar a su país en un torneo de fútbol callejero de una semana de duración. Fue una conversación animada y animada, y ambos imaginamos una colorida competencia de fútbol que cambiaría la vida de las personas ”, dijo Mel.

La primera Copa Mundial de Personas sin Hogar tuvo lugar 18 meses después en Graz, Austria, en julio de 2003. (Sitio web: <https://homelessworldcup.org/our-founding/>)

Este evento deportivo para personas sin hogar ha tenido su sede en México en el año 2012 y en 2018. Hay otras fundaciones que intervienen en dicho proyecto, sin embargo, la INSP es parte fundamental de dicho torneo, que en su esencia promueve el deporte y la inclusión a través de dicha propuesta.

1.5.3. Revistas callejeras que cobija en el mundo

La INSP, de acuerdo a su mapa interactivo¹⁶ para conocer sus revistas callejeras cubre las siguientes regiones en el mundo:

Tabla de contenido sobre las regiones y revistas callejeras cobijadas por la INSP.

Región	Nombre de las revistas
África	The Big Issue South Africa.
Asia	CHINA: The Big Issue Taiwan. COREA: The Big Issue Korea. JAPÓN: The Big Issue Japan.
Australia	The Big Issue Australia
Europa	ALEMANIA: Die Jerusalemmer, Draussenseiter, drobs, FREIEBÜRGER, Hempels, FiftyFifty, Parkbank, Hinz&Kunzt, Strassenkreuzer, Tagessatz, Trott-War, Die Zeitschrift der Strasse, Abseits, Asphalt, BISS, bodo, Donaustrudl. AUSTRIA: Marie, 20er, Apropos, Augustin, Eibisch-Zucker, Kupfermuckn, Megaphon. CROACIA: Ulične Svjetiljke. DINAMARCA: Hus Forbi. ESLOVAQUIA: Nota Bene. ESLOVENIA: Kralji Ulice. FINLANDIA: Iso Nro. GRECIA: Shedia. HUNGRÍA: Fedél Nélkül. IRLANDA: Ireland's Big Issue. ITALIA: zebra., Scarp de' tenis. MACEDONIA DEL NORTE: Lice v Lice. NORUEGA: Gatemagasinet Klar, Megafon, Sorgenfri, Ekko, Asphalt, Virkelig, =Oslo / =Norge. PAÍSES BAJOS: De Zelfkrant, De Riepe, Haags Straatnieuws, Straatnieuws, Straatjournaal, Z!. POLONIA: Gazeta Uliczna. PORTUGAL: Cais.

¹⁶ Para más información, consultar: <https://insp.ngo/who-we-are/our-street-papers/>

	<p>REINO UNIDO: The Big Issue (UK), Big Issue North.</p> <p>REPÚBLICA CHECA: Nový Prostor.</p> <p>SERBIA: Liceulice.</p> <p>SUECIA: Faktum, Situation Sthlm.</p> <p>SUIZA: Surprise.</p> <p>UCRANIA: The way home.</p>
Latinoamérica	<p>ARGENTINA: Al margen, Hecho en Bs. As.</p> <p>BRASIL: Aurora da Rua, Boca de Rua, Ocas’.</p> <p>COLOMBIA: La Calle.</p> <p>MÉXICO: Mi Valedor.</p> <p>PERÚ: Peatón.</p> <p>URUGUAY: Factor S.</p>
Norteamérica	<p>CANADÁ: The Big Edition, Street Sheet, Alberta Street News, L’Itinéraire, Megaphone.</p> <p>ESTADOS UNIDOS: Street Spirit, Two Way Street, The Springs Echo, One Step Away, Making Change, The Curbside Chronicle, Real Change, The Heartland News, The Journey, Spare Change News, Speak Up, Thrive Detroit, Toledo Streets, Streets Sense Media, Streets Roots, Street Sheet, STREETZine, Street Speech, Streetvibes, Community Connection, StreetWise, Denver Voice, The Amplifier, Groundcover News,</p>
Federación Rusa	Put Domoi.

*Fuente: elaboración propia con base en la información de <https://insp.ngo/who-we-are/our-street-papers/>

Sin lugar a dudas, las zonas en las que dominan las revistas callejeras son en Europa y Estados Unidos. Perspectiva a grandes rasgos, se puede mencionar que es curioso que, en donde hay más revistas callejeras es en dos zonas en donde, si bien, existen índices de pobreza, pero no como los niveles tan altos que en los países de tercer mundo o en vías de desarrollo, haya un dominio de las zonas europeas y Estados Unidos, en donde hay un mayor desarrollo. Tal vez, la problemática de las personas de situación de calle en estas zonas tiene que ver más con temas de migración.

1.6. Street papers en América Latina

En el contexto latinoamericano, hay muy pocas revistas callejeras que son reconocidas, justamente, por la International Network of Street Papers (INSP), red que cobija a la publicación mexicana “Mi Valedor”. Como se ha mencionado anteriormente, esta red reconoce estas revistas callejeras, las cuales adoptan el modelo del “The Big Issue” del Reino Unido, proyecto que surgió a finales de los ochenta en Europa.

Argentina

Cuenta con una revista callejera llamada “Colectivo al Margen”. De acuerdo al sitio web¹⁷ oficial de la publicación, la revista se define de la siguiente manera:

El Colectivo al Margen es una organización social por la promoción de derechos, la inclusión social y la cultura del trabajo.

Para llevar adelante estas acciones, el Colectivo motoriza dos áreas de trabajo:

Un área de prevención y promoción de derechos, compuesta por dos cooperativas de trabajo destinadas y llevadas adelante por más de 40 jóvenes de los barrios de Bariloche; un dispositivo de formación integral, en el barrio Nahuel Hue, donde concurren más de 40 adolescentes; y un equipo de fútbol femenino en el barrio Nuestras Malvinas.

La otra área de trabajo es el sostenimiento de un Equipo de Comunicación Popular que impulsa un programa de radio semanal que se transmite por las radios comunitarias de la región; una productora de contenidos audiovisuales, que realiza campañas de sensibilización desde y para los movimientos sociales de la ciudad; una página Web, que visibiliza la agenda de las organizaciones populares; y una revista que cada dos meses tiene espacio y tiempo para esas otras noticias que no salen en los grandes medios y que además permite generar un ingreso económico a trabajadores desocupados y a personas que no pueden ingresar al mercado formal de trabajo.

Dado el trabajo que realiza el Colectivo al Margen en el área de comunicación popular, infancia y adolescencia, derechos humanos, género y economía popular, la organización forma parte de consejos, foros, mesas, confederaciones y movimientos que impulsan políticas públicas nacidas desde el pie. (página web “Quiénes somos”)

En esta publicación se puede dar cuenta que, en cuanto a sus labores, guarda cierto vínculo con “Mi Valedor” (mexicano). Esto, debido a que cuenta con una publicación bimestral que da un ingreso

¹⁷ Para más información, consultar: <https://almargen.org.ar/equipo-de-comunicacion-popular/>

económico a personas que no pueden ingresar al mercado formal del trabajo. Esta publicación lleva 15 años trabajando, mientras que “Mi Valedor” apenas celebró cuatro años el pasado 16 de mayo del 2019¹⁸.

La otra publicación de Argentina lleva por nombre “Hecho en Bs.As.”. El sitio web oficial de la publicación no se encuentra activo, sin embargo, la poca información referida en su página de Facebook cuenta que desde el año 2000¹⁹:

Editamos una revista de interés general, actualidad, enfoques sociales, escrita por periodistas profesionales y distribuida en las calles sólo por personas sin trabajo y en situación de calle que obtienen un ingreso digno mediante su venta. La revista cuesta 35 pesos, de los cuales 24 p son para el vendedor. (sitio web: Información de “Hecho en Bs. As. De Facebook)

Brasil

Brasil es el país de la región latinoamericana que más cuenta con revistas callejeras de este tipo. “Aurora Da Rua”²⁰ es el nombre de una de sus publicaciones. De acuerdo a información del sitio web, esta producción se define de la siguiente manera:

[Traducción, Google Translate] En marzo de 2007, en sus 458 años, Salvador recibió un regalo especial: "Aurora da Rua", un periódico callejero que da visibilidad a aquellos que a menudo son poco vistos y poco oídos en la sociedad. Una publicación que trajo por primera vez al noreste el concepto de "periódico callejero". Con una circulación de 8,000 copias, la publicación es vendida exclusivamente por personas sin hogar. Además de servir como fuente de ingresos, la revista es un agente de reinserción social para vendedores. Como su nombre lo indica, la forma apunta a las auroras que existen en las calles. Comercializados por el precio de \$ 1.50, los vendedores obtienen \$ 1.00 de este valor. El monto restante se utiliza para pagar los costos y el mantenimiento de la publicación.

La participación de personas sin hogar no se limita a las ventas. Además de ser personajes de periódicos, también contribuyen activamente al diseño y construcción de contenidos a través de talleres de texto y arte.

Usted, el lector, tiene la oportunidad de saber que el universo de las calles no solo se limita a la dura realidad de las plazas, los viaductos y las aceras, sino que también alberga la belleza y la creatividad, donde solo vemos tristeza y dificultades. Por lo tanto, este es uno de los objetivos del periódico: desentrañar la Aurora que viene de la calle. ¡Enciende esta Aurora, acepta esta idea, compra el periódico!

¹⁸ Información sobre el evento que organizó la página de Facebook oficial de “Mi Valedor”:
<https://www.facebook.com/events/324495564900304/>

¹⁹ Información sobre la revista “Hecho en Bs. As.”:
https://www.facebook.com/pg/hechoenbsas/about/?ref=page_internal

²⁰ Información de la publicación “Aurora Da Rua”: <http://aurora.asasalvador.org.br/quem-somos/>

Un periódico profético:

Mientras lee el periódico, se invita al lector a echar un vistazo a la calle y a su gente. El periódico espera provocar un cambio de actitud en el lector. No solo quiere ser un vehículo de información, sino también un agente de transformación de una realidad inhumana.

Un periódico de inclusión social:

Al comprar el periódico, el comprador participa en una transformación de la sociedad. Genera inclusión social. Compra no solo un producto comercial, sino un producto social. Él es parte del proyecto y su lealtad en la compra del periódico asegura el éxito del proyecto.

Logros de periódicos

Más de 300 suscriptores distribuidos en 26 estados brasileños entre 2007 y 2014.

Premio al diseño gráfico en el 1er Salón de Diseño de Bahía.

Miembro de la Red Internacional de Papeles (INSP), una institución internacional que reúne a más de 114 periódicos y revistas de la calle en 35 países en seis continentes.

Cofundador de Brazil Street Publishing Network en 2010. (página web: “Quiénes somos”)

La siguiente publicación del país brasileño lleva por nombre “OCAS”²¹, cuyas siglas en portugués (Organização Civil de Ação Social) significan: Organización Civil para la Acción Social. Esta revista se define como:

[Traducción, Google Translate] En 1996, el periodista de São Paulo Luciano Rocco acababa de regresar de Inglaterra. Allí conoció a “The Big Issue”, una publicación callejera, o periódico callejero. Este proyecto consistió en un grupo de periodistas y otros profesionales que produjeron una revista de manera voluntaria y sin fines de lucro. Esta revista fue vendida por personas sin hogar, una actividad a través de la cual estas personas podían obtener ingresos y reinsertarse en la sociedad y el mercado laboral. Rocco llegó a Brasil con la idea fija de crear una publicación de la misma manera, y comenzó a articular el proyecto en Río de Janeiro, buscando apoyo y voluntarios para el trabajo. Dos años después, los editores del periódico de São Paulo O Trecheiro, dirigido por el fotógrafo y periodista Alderon Costa, fueron contactados por representantes de la revista italiana Terre di Mezzo para apoyar la creación de una publicación brasileña destinada a la comercialización por personas sin hogar.

En octubre de 1999, la Red Internacional de Street Papers (INSP) puso en contacto a los grupos de Río de Janeiro y São Paulo. Después de muchas reuniones en la sede de Rede Rua en São Paulo, con las idas y venidas de Rocco de Río de Janeiro, con la presencia de Alderón Costa y otros profesionales de diversas áreas, incluida la periodista Denise Mota, fue creada, el 21 de abril de 2001, la Organización Civil para la Acción Social (OCAS).

²¹ Información de la revista callejera “OCAS”: <https://www.ocas.org.br/quem-somos-c19ug>

Con el lanzamiento de la publicación callejera “Hecho en Buenos Aires”, este grupo recibió el estímulo faltante y se dispuso a la acción. Así se lanzó la revista Ocas”, en julio de 2002, en São Paulo y Río de Janeiro. Desde entonces, la publicación ha sido producida por voluntarios y vendida por personas sin hogar.

La revista ha llevado a muchas personas a acceder a mejores oportunidades a través de su propio trabajo. El proyecto también ha ayudado a los vendedores a reintegrarse en la sociedad y les ha permitido reconocer y ser reconocidos como individuos y agentes dignos de su transformación.

Qué hacemos

La Organización Civil para la Acción Social (OCAS) es una institución sin vínculos partidistas o religiosos y sin fines de lucro. Todos los ingresos de las actividades de OCAS se reinvierten para mejorar la calidad de sus servicios. Fue creado en julio de 2002 para desarrollar proyectos destinados a mejorar la calidad de vida de las personas sin hogar.

El principal proyecto de la organización es la revista Ocas ”, también creada en 2002. La publicación es vendida por personas en situación socialmente vulnerable que, a través de la venta de revistas, tienen acceso a un medio para obtener ingresos. Además de la revista, OCAS promueve otros proyectos dirigidos a la población socialmente vulnerable, como la atención psicológica y los talleres.

La asociación está vinculada a la Red Internacional de Street Papers (INSP), una red internacional que reúne a más de 110 publicaciones callejeras, que se distribuyen en más de 40 países.

Misión

Construya instrumentos de transformación con personas en situaciones de riesgo social extremo, para que puedan lograr una vida más digna y así poder contribuir a una sociedad democrática, justa y participativa. (Sitio web: “Quiénes somos”)

La otra publicación brasileña se elabora en Sao Paulo. Su nombre en portugués es “**Boca De Rua**”, en su traducción: “Boca de la calle”. Este proyecto se define de la siguiente forma por medio de su portal web²²:

Un periódico habla y por eso el nuestro incluso tiene el nombre de Boca. Pero también escucha a la gente de la calle, escucha otros movimientos. Las personas también nos escuchan cuando compran nuestro periódico, la universidad nos escucha cuando nos llaman para hablar sobre nuestro trabajo. El otro lado de la ciudad nos ve porque nos escucha y nos lee. Mira, habla y escucha. Así es como se hace la comunicación.

Boca comenzó desconocido y hoy ha sido bien recibido en todas partes. Estamos invitados a hablar incluso en la Universidad y asistir a varias reuniones [...] Esto se debe a que funciona completamente diferente de los demás, incluso los vendidos por personas sin hogar en el resto del mundo. En todo el International Network Street Papers (INSP), que cuenta con más de 120 publicaciones en 24 idiomas y 40 países, es el único hecho en su totalidad por nosotros. Eso es muy importante. No se puede plantar un naranjo y cosechar limón. Nadie mejor que nosotros para hablar de la vida en la calle. Somos las naranjas, alguien más

²² Sobre la información de “Boca de Rua”: <https://jornalbocaderua.wordpress.com/sobre-nos/>

hablando de eso sería el limón en el naranjo. Es similar, pero no igual. Vivimos lo que dices. Sientes que lo dice. Es un periódico vívido. Esta no es esa historia de Profession-Reporter.

Las primeras reuniones tuvieron lugar en Praça do Cachorrinho, frente a la escuela de Rosario, luego Boca se mudó a Redenção, donde nació Boquinha, nuestro hijo, que acoge a niños y adolescentes, niños o familiares de personas sin hogar. Hoy todos viven en casa y están en la escuela secundaria.

En esos 15 años, la boca pasó por Bandeirão Popular (cerca del antiguo estadio Grêmio) y el Restaurante Popular (frente a la estación de autobuses). Hoy los dos han estado cerrados y la gente de la calle no tiene una comida popular a su disposición. Pasó varios años trabajando con el Grupo de Apoyo para la Prevención del SIDA (Gapa), que era un socio cercano. Durante las vacaciones, cuando Gapa cerró, pasó frente al Centro Asesor Multiprofesional Cpers - Teachers Union and Camp -, sala 10 del Mercado Público y Casa de Cultura Mario Quintana. En este último, tuvo un período tranquilo en el pasado, pero a principios de este año fue discriminado. Actualmente la sede se encuentra en el Museo de la Comunicación Hipólito José da Costa.

El número cero del periódico circuló durante el Foro Social Mundial. La gente todavía era tímida para vender. Luego se acostumbró y comenzó a vender en las calles y bares. No todos compraron. Fue Carlos Henrique quien tuvo la idea de ofrecer en el semáforo. La moda ha atrapado. Quien tiene la insignia de Boca, no se equivoca. Nos saca del camino. Somos trabajadores y es un orgullo pertenecer a Boca. (Sitio web: “Sobre nosotros”)

Colombia

Según las fuentes consultadas, en el contexto colombiano solo existe una revista callejera en dicho país. Se trata de la publicación titulada “La Calle”. Solo está referida en el sitio web de la INSP, ya que la publicación no cuenta con un sitio oficial. Algunos datos de otros sitios²³ la definen de la siguiente manera:

Revista La Calle es un proyecto editorial de alta calidad vinculado a una propuesta de transformación social: ofrecer a personas en situación de exclusión grave una alternativa de trabajo, de educación no formal e incorporación a una red de apoyo que reduce los problemas asociados a su condición social e impulsa su conformación como ciudadanos autosuficientes. [...]

Revista La Calle es una publicación que aborda temas diversos de la vida en la ciudad a nivel global y particularmente de las ciudades colombianas. Pretende aportar un particular reflejo de la sociedad y el tiempo en el que está inserta, interesándose por todas aquellas propuestas artísticas, culturales, institucionales, educativas y de actualidad que promueven transformaciones sociales y culturales de manera creativa, en respuesta a las distintas problemáticas que la ciudad genera.

Los vendedores de La Calle son personas que a través de un proceso terapéutico han logrado detener situaciones de riesgo y comenzar a estabilizar sus condiciones de vida. [...]

²³ Información sobre “La Calle” consultada desde:
<https://procrearfundacion.org/nueva/wp-content/uploads/2016/11/calle.pdf>

Revista La Calle de la mano con la Fundación Procrear trabajan por fortalecer y activar entramados de recursos y personas para acompañar el “retorno” y lograr que el individuo se conecte nuevamente con sus redes y active nuevos vínculos. La evidencia muestra que sin redes de apoyo que posibiliten espacios creativos, pedagógicos, afectivos y productivos se presentan altos riesgos de recaída.

El trabajo de la Fundación Procrear con los vendedores de Revista La Calle se desarrolla sobre tres ejes de acción:

- Formación e Inclusión Social (para pensar, para la vida y para el trabajo)
- Uso del tiempo libre, deporte y actividades artísticas.
- Educación, vigilancia y defensoría en materia de derechos humanos.
- Formación profesional y desarrollo de emprendimientos productivos.
- Seguridad jurídica y vivienda.
- Ventas y trato al cliente. [...]

Secciones

GENTE DE LA CALLE

Esta sección visibiliza el material elaborado por los distribuidores de La Calle, participantes de los talleres de lecto-escritura (escritos, imágenes, ilustraciones, fotografías) y por habitantes de calle interesados en el proyecto. [...]

La revista La Calle fue fundada por el inglés Henry Mance en el año 2007, en Bogotá. Durante los dos años siguientes se pusieron en circulación 12 ejemplares, que aún hoy se mantienen vigentes, siguen circulando entre el público bogotano como testimonio de su mayor logro: ser la primera publicación en Colombia capaz de vincular un proyecto editorial con una iniciativa de apoyo socioproductivo para personas excluidas.

La revista alcanzó notoriedad a nivel local, aportando una nueva mirada de la ciudad, generó el interés necesario para que hoy día sea extrañada por sus lectores y por quienes fueron sus afortunados beneficiarios: los habitantes de calle.

En 2009 Henry Mance vuelve a Inglaterra, quedando el proyecto de la revista La Calle en suspenso, a la espera de un nuevo equipo que vuelva a ponerla en funcionamiento. (p. 3, 4, 8,10)

Uruguay

Para cerrar el bloque de revistas callejeras latinoamericanas es preciso mencionar a la publicación llamada “Factor S”. En el sitio de la INSP están referidas sus redes sociales: Twitter y Facebook, así como su página web oficial²⁴; sin embargo, ninguna de las tres está activa – última revisión: 18 de septiembre del

²⁴ La información de las redes oficiales de la revista “Factor S” que no funcionan son:
TWITTER: <https://twitter.com/RevistaFactorS>
FACEBOOK: <https://www.facebook.com/RevistaFactorS/>

2019 –. Cabe mencionar que existe una página web²⁵ paralela a estos últimos sitios mencionados, en la que se ofrece la siguiente información:

La revista Factor S es un medio de prensa que en Diciembre de 2001 surge como una alternativa para las personas en situación de calle o en situación de vulnerabilidad que necesiten de una salida económica.

Fue declarada de Interés Departamental por el Gobierno Municipal de Montevideo, a iniciativa de la Comisión de Derechos Humanos de la Junta Departamental.

Forma parte de la Red Internacional de revistas de calle alrededor del mundo, la International Network of Street Papers – INSP.

Desde editándose más de 90 números hasta el mes de noviembre de 2010. (Sitio web)

Puntos de convergencia entre las publicaciones callejeras latinoamericanas

El común denominador de estas revistas callejeras – nuevamente, inscritas y reconocidas ante la International Network of Street Papers – es fungir como una alternativa para personas en situación de calle y poblaciones vulnerables para tener un ingreso legítimo. Otro punto de convergencia es que todas buscan abordar temáticas – ya sea desde el contenido narrativo que elaboran o bien, en trabajo con otras asociaciones – sobre derechos humanos y movimientos sociales a favor de las minorías. Un tercer punto de convergencia, quizá uno de los más rescatables es acerca sobre la visibilización o la escucha de “los sin voz”. Estos proyectos de revistas callejeras presentados con anterioridad han enmarcado a estas personas que viven una condición de calle en un discurso que las define como poblaciones invisibles y “sin voz”, condiciones que las hacen susceptibles de poder participar en estos proyectos.

SITIO WEB: <http://www.factors.uy/>

Todo esto, referido desde: <https://insp.ngo/who-we-are/where-are-we/>

²⁵ Información de la revista “Factor S” desde: <https://factors.org.uy/page/revista-factor-s>

1.7. El caso específico de “Mi Valedor” en México

La primera pregunta que surge es: ¿Cómo se representa la camarería y la amistad a través del lenguaje coloquial en la Ciudad de México? La mejor opción parece ser “valedor”. Es justamente esta palabra que en la Ciudad de México ha recibido una carga simbólica importante dentro de la jerga mexicana. El significado que “valedor” adquiere es aquella persona que, sin pedir nada a cambio – aparentemente – te ayuda ante una situación adversa, muchas veces sin importar las condiciones que esto implica. En palabras más simples: “la persona que te echa la mano”. En la definición de la Real Academia Española, “valedor” es “Persona que vale (ampara).”²⁶

Parte de esta explicación la ofrece “Mi Valedor”. Una “revista callejera” en la Ciudad de México que inició su circulación por las calles con su primer número el 19 de mayo del 2015²⁷. La distribución de esta producción cultural impresa supone principalmente la venta de mano en mano en ciertos puntos de la Ciudad, los cuales están caracterizados por su cercanía con algún barrio turístico o bien, con una gran afluencia de gente.

Pero, ¿quiénes son las personas que venden estos números? Son nombrados por las creadoras del proyecto (María Portilla y Paula García) y, a su vez, quienes venden los números se auto-identifican como “valedores”. Así se ha generado este proceso de identidad, a través del proyecto de la revista, a las personas en situación de calle en la misma Ciudad que conocieron el proyecto y decidieron trabajar para el mismo y así obtener un ingreso legítimo y reinsertarse socialmente, según la publicación callejera.

La revista ha detallado en sus diferentes medios de comunicación, tales como su canal de YouTube, cuenta oficial de Twitter, Facebook e Instagram, el equipo de “Mi Valedor” – que el equipo de trabajo está conformado principalmente por voluntarios que acuden a albergues para personas que viven en situación de calle en la Ciudad de México y les hablan del proyecto como una forma de trabajo en la que, a través de la venta de la revista obtendrán un ingreso legítimo. Esta labor traerá consigo otros beneficios como poder asistir a talleres creativos y artísticos así como inserción de contenido en la revista, y sobre todo, se asegura que dentro de la participación del proyecto, se logrará la reinsertión social de estas poblaciones vulnerables.

²⁶ Definición extraída desde: <https://dle.rae.es/?id=bHpUA3F>

²⁷ No se ha encontrado información del día exacto en que se vendió por primera vez la revista “Mi Valedor” en la Ciudad de México; sin embargo, para fines prácticos, se optó por tomar como punto de referencia la fecha en la cual se terminó de imprimir el primer número “Amarrados”. Consultado en: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-1-amarrados/0440573001494906361>

Las personas de los albergues que se interesan en el proyecto acuden a “Mi Valedor”. Se les entrega un chaleco rojo con el imagotipo del mismo proyecto, así como una credencial que les genera un proceso de identificación con la revista. Como puede observarse, el proyecto retoma las bases y fundamentos de la ya posicionada revista callejera en Londres, Inglaterra “The Big Issue”, un proyecto que, como se mencionó anteriormente, se gestó en los años ochenta y noventa con el fin de ofrecer un empleo a los homeless de ese país y sobre todo, “dar voz a quienes no la poseen”. Una de las creadoras del proyecto, la mexicana María Portilla, cuenta, a través de su canal oficial de YouTube que en sus estudios sobre Artes realizados en Londres fue como conoció el proyecto y pensó en desarrollarlo en la Ciudad de México.

¿Qué es lo que resulta interesante para conocer más sobre la revista “Mi Valedor”?

Esta publicación tiene un impacto dentro de la disciplina de la Comunicación y en las subdisciplinas de los Medios alternativos y elementos del Periodismo Social. Es decir, siempre que se habla de medios de comunicación – masivos y no masivos – habrá líneas generales de interés sobre qué y cómo es lo que se está diciendo en ellos. En esta investigación, la pregunta es la siguiente: ¿Cómo son representados los “valedores” en el discurso de la revista? Es decir, partimos de la hipótesis de que a través de un discurso dentro de los textos verbovisuales – texto e imágenes – se representa a una parte de la sociedad que encarna una condición que la podría etiquetar como una víctima de un sistema de desigualdad social. Otra pregunta es, justamente relacionada con la anterior: ¿Existe un discurso de víctima – o victimizante – dentro de la publicación? Al tener, entonces, a personas en situación de calle y ofrecer una revista con contenido urbano – es decir, temáticas sobre barrios populares en la Ciudad, festividades, vida cotidiana, pobreza y segregación social – se parte de la hipótesis de que la revista construye un discurso que apele a los sentimientos que generan a la víctima: uno de los puntos de partida para enunciar esta hipótesis es la expresión de “los sin voz”.

Es preciso también recordar que la revista “Mi Valedor” es un producto coleccionable que cuenta con un tiraje muy bajo – 4 mil ejemplares por edición bimestral –. Existe muy poca información – de carácter académico respecto al tema. Al ser una cantidad muy baja de tiraje, es muy poco conocida y no alcanza las decenas de miles de ejemplares de las revistas comerciales que se distribuyen en el país. Además, dicha distribución es por medio de personas, que no tienen un horario fijo, aunque sí puntos para su distribución – específicos de la ciudad –. No son vendidas en puestos oficiales o grandes almacenes, lo que aumenta este poco conocimiento del proyecto, además de ser relativamente nuevo – cuatro años –.

Información recuperada sobre “GlobalGiving²⁸”

Este apartado tiene como objetivo presentar parte de la información actualizada sobre la publicación.

Haciendo un recuento sobre cómo llegué a este tipo de información, el 9 de abril del 2019 por medio de WhatsApp, una de las creadoras del proyecto de “Mi Valedor”, María Portilla difundió el enlace <https://www.globalgiving.org/projects/mivaledor/>, en el cual, hay una petición para recaudar fondos para la revista. Yo recibí dicho enlace y le pregunté cómo serían destinados estos fondos. Ella respondió que toda la información está disponible en dicho enlace.

Sirva entonces esta recuperación de la información que contiene dicho web con el fin de contextualizar y entender a qué se dedica “Mi Valedor” y cómo es el discurso que elabora para obtener fondos de compradores y donantes. Lo que se hará es una especie de apéndice en el que se presentará la información del enlace, así como otros elementos que abonan al análisis de los discursos del proyecto de “Mi Valedor”.

La información que se presenta en el sitio web de “GlobalGiving”

En estos casi cuatro años de existencia de la revista “Mi Valedor”, la publicación ha hecho a través de la página de “GlobalGiving” campañas de recaudación de fondos. Esta comunidad se identifica de la siguiente manera:

[Traducción] GlobalGiving es la comunidad de crowdfunding (financiación colectiva) más grande del mundo que conecta organizaciones sin fines de lucro, donantes y empresas en casi todos los países. Ayudamos a organizaciones sin fines de lucro de Afganistán a Zimbabwe (y cientos de lugares intermedios) a acceder a las herramientas, la capacitación y el apoyo que necesitan para ser más eficaces y hacer de nuestro mundo un lugar mejor.

El equipo de GlobalGiving está formado por nerds de datos, ingenieros de software y músicos semi-profesionales, junto con ex voluntarios del Cuerpo de Paz, empresarios, donantes y ejecutivos del Banco Mundial. Algunos de nosotros venimos de la academia, otros nos hacemos daño en las corporaciones de los Estados Unidos y muchos hemos pasado toda nuestra carrera en el sector social. Estamos unidos por la convicción de que las buenas ideas pueden venir de cualquier persona, en cualquier lugar, en cualquier momento. (sitio web: <https://www.globalgiving.org/aboutus/who-we-are/staff/>)

²⁸ Información recuperada el miércoles 10 de abril del 2019 desde: <https://www.globalgiving.org/projects/mivaledor/>
Una campaña de “Mi Valedor” para obtener recursos económicos para el proyecto.

Este año, “Mi Valedor” ha decidido buscar fondos con el objetivo principalmente de continuar con el proyecto, ante el argumento principal, expresado en un lenguaje coloquial, de que “El gobierno no los pela (los ignora, no les hace caso)”²⁹. Es parte del discurso que presenta en su video de YouTube y que sirve como registro para darle sentido de donación a la campaña. Posterior a este material audiovisual, vienen los siguientes apartados en la página de *GlobalGiving*:

[Traducción]

Resumen

“Mi Valedor” es el primer periódico callejero de México que genera un ingreso legítimo para las personas sin hogar y en riesgo, siguiendo los pasos de 'The Big Issue' del Reino Unido. La revista funciona como una herramienta social para facilitar el acceso a las oportunidades. En el Centro Creativo, ofrecemos una variedad de talleres para los vendedores, que se centran en recuperar la autoestima y las habilidades sociales que a menudo son un síntoma de la exclusión social. A través de estos talleres, los vendedores contribuyen al contenido editorial.

Reto

Las organizaciones sociales que trabajan con personas sin hogar estiman que 30,000 personas están sin hogar en la Ciudad de México. La esperanza de vida en este sector es de solo 25 años y, sin embargo, las personas sin hogar están sujetas a una amplia discriminación: el 50% de las muertes en la calle se deben a la negación de los servicios básicos de salud. Nuestro sistema no responde a este problema: la mayoría de los servicios para personas sin hogar se basan en asistencia inmediata en lugar de oportunidades a largo plazo, y los hombres adultos son especialmente invisibles.

Solución

Mi Valedor fomenta el autoempleo entre los sectores sin hogar y en riesgo y les brinda un acompañamiento personalizado. Ofrecemos capacitación en ventas y talleres creativos para preparar a los proveedores para un empleo más formal, así como la información que necesitan para ejercer sus derechos humanos libremente. La revista proporciona a los sectores invisibles y socialmente excluidos un ingreso legítimo y la oportunidad de interactuar con el resto de la sociedad, mientras sirve como plataforma para la libertad de expresión.

Impacto a largo plazo

En el último año, más de 100 proveedores han recibido capacitación: actualmente hay 65 proveedores en diferentes etapas del programa. A través de la terapia y los talleres creativos, están adquiriendo las habilidades y la confianza que necesitan para aspirar a un empleo más formal. Varios vendedores ya no duermen en las calles y ahora pagan por su propio alojamiento independiente. Con más recursos, podemos atender a muchos sectores más vulnerables y salvar la brecha salarial y la desigualdad generalizada en México. (Sitio web: <https://www.globalgiving.org/projects/mivaledor/>)

²⁹ Para conocer los argumentos y la explicación que externa “Mi Valedor” en su video de presentación, revisar: <https://www.youtube.com/watch?v=m6hpBCRLjxE> . Sobre la frase de que el Gobierno no hace caso al proyecto revisar el minuto 01:09.

Como parte, también, de la revisión documental para esta investigación, así como el análisis de esta misma información, existen ambigüedades y elementos incompletos en la descripción del proyecto. Para empezar, si retomamos la parte de “Reto”, nos habla de que hay organizaciones de carácter social que trabajan con personas en situación de calle; sin embargo, no menciona cuáles son y sobre todo, cómo fue que hicieron sus estimaciones – de manera metodológica – para arrojar esas cifras de las poblaciones vulnerables en la Ciudad de México.

El otro gran argumento que está incompleto tiene que ver con la libertad expresión. Si retomamos el apartado de “Solución”, quienes registraron el proyecto mencionan que “Mi Valedor” sirve a las personas en situación de calle como plataforma para la libertad de expresión. Sin embargo, en la construcción de un dato estadístico que se presentará más adelante en esta tesis sobre el contenido que generan las personas en situación de calle – “los valedores” en relación con los otros colaboradores (que no se encuentran en esta categoría de personas en situación de calle, son artistas o profesionistas dedicados a la escritura u otras disciplinas artísticas) se observará que no es mucha voz la que reciben. Uno de cada 10 artículos es redactado por “valedores”, así como una de cada 10 fotografías publicada pertenece a un “valedor”. Los otros nueve contenidos restantes, son de colaboradores.³⁰

Para cerrar este análisis de los argumentos del discurso de la revista, hay que retomar el apartado de “Impacto a largo plazo”. En esta sección se menciona que alrededor de 100 “valedores” han recibido capacitación y que actualmente hay 65 que participan activamente en el programa. Sin embargo, posicionan un argumento de que varios “valedores” ya no duermen en las calles y pagan su alojamiento y que, con más donaciones, se podrá atender a más sectores vulnerables. Este argumento nos da números vacíos de cuántas personas realmente salieron adelante gracias al proyecto, pero solo nos quedamos en el “varios”. Lo cual podría servir a la revista para realmente hacer visible sus números de personas atendidas y dar al donante en potencia, certeza.

Para cerrar con este apartado, es importante mencionar que uno de los enlaces que se proporcionan en la página de *GlobalGiving* sobre el proyecto de “Mi Valedor” es sobre un documento en formato en PDF, que menciona otros rasgos de la historia del proyecto, así como las funciones³¹.

³⁰ Para consultar el informe completo del dato estadístico, revisar el APÉNDICE o el CAPÍTULO DE ANÁLISIS.

³¹ El documento se recuperó desde el siguiente enlace: <https://www.globalgiving.org/pfil/39502/projdoc.pdf>



Imagen extraída de Facebook oficial de la revista “Mi Valedor” sobre los puntos de venta de la publicación:
<https://www.facebook.com/mivaledor/photos/a.464935163602871/1803699029726471/?type=3&theater> (Publicada el 22 de agosto del 2018)

1.8. Descripción del problema, objetivos personales y justificación

El problema

Esta publicación bimestral, además de presentar un elemento comunicativo de un fragmento de uno de los sectores más vulnerables y desatendidos en México, busca describir cómo es que los “valedores” buscan amplificar su voz y demostrar que todos tienen un punto de vista sobre ciertos temas culturales y sociales, como la gente en situación de calle y las poblaciones vulnerables o excluidas. En una primera búsqueda, el argumento de mayor peso es que no se ha encontrado mucha información – es decir, de carácter académico – sobre las revistas callejeras, como concepto en español y como región en México. Sin embargo, en esta primera búsqueda, con el concepto de *street magazines*, se han encontrado alrededor de ocho artículos en Estados Unidos y Gran Bretaña. En ellos se habla principalmente de un empoderamiento - a través de los conocimientos y habilidades que adquieren los ayudados - por medio de los talleres a los que asisten, y de los cuales generan contenido para cada edición.

Para esta investigación es importante estudiar cómo funciona un nuevo modelo de comunicación en México – una revista callejera –, un modelo que ha sido replicado de Estados Unidos e Inglaterra, hecho por profesionistas mexicanos, que aparentemente “da voz” a un grupo social en situación desfavorable – poblaciones en situación de calle –. Atender e investigar una de las problemáticas sociales – segregación social y exclusión– con el fin de conocer cómo se elabora la revista.

Objetivos personales, prácticos e intelectuales

Mis objetivos personales para llevar a cabo esta investigación giran en torno a tres ejes rectores. El primero es ampliar mis conocimientos en Comunicación por medio de la investigación, lo que significa profundizar más en la disciplina en la que me formé profesionalmente y adquirir nuevas herramientas y habilidades que me permitan aportar más a esta disciplina. El segundo tiene que ver con la aportación académica sobre un medio de comunicación que busca aproximarse a un fenómeno problemático social de mi país, que son las personas en situación de calle: entender desde la disciplina de la Comunicación dicho fenómeno me permite tener otras visiones sobre los problemas y contextos que se desarrollan a nivel global y local en mi país. El tercer objetivo personal tiene que ver con el conocimiento de otras áreas de la disciplina de la comunicación.

Mis objetivos prácticos radican principalmente en la necesidad de estudiar, por medio de la investigación académica, una publicación callejera de un modelo adaptado de Europa y su desarrollo en la

Ciudad de México que busca atender a personas en situación de calle. Esto es, conocer y describir el discurso narrativo de “Mi Valedor” y detallar cómo son las representaciones y la ideología de la revista, que se vincula con las poblaciones vulnerables. Al existir vacíos de conocimiento académico respecto a este tema, es el principal motor de este objetivo práctico.

Los objetivos intelectuales residen en la importancia de conocer cómo se elabora el contenido de la revista y qué tanta participación, voz y capacidad de agencia tienen las personas en situación de calle para, no solamente vender la revista de mano en mano, sino, cómo es su participación en la generación de contenido textual y visual dentro de la misma. La revista habla en nombre de las personas en situación de calle, pero el siguiente paso es conocer qué tanta “voz” tienen las poblaciones vulnerables o beneficiarios que atiende “Mi Valedor”.

¿Por qué es importante hacer esta investigación?

Este apartado tiene como objetivo dar a conocer al lector los componentes principales de la investigación. Ello supuso hacer una especie de ficha técnica en la cual encontrará el título de la investigación, los objetivos, conjeturas, preguntas de investigación, los cuales son la guía rectora en el proceso.

Al ser un proyecto nuevo en la Ciudad de México, me interesé en investigar cómo se elabora el discurso narrativo – la revista callejera Mi Valedor – y describir cómo amplifica las voces de un sector en condiciones desfavorables a través de un elemento comunicativo. Desde mi formación universitaria, sobre todo, en la parte de los últimos semestres, me ha movido un gran interés por conocer a los medios de comunicación que tienen fines sociales altruistas con la sociedad. Me interesó acercarme a la adaptación de un proyecto británico y estadounidense en México que dice brindar ayuda a personas en situación vulnerable. “Mi Valedor”, la revista, asegura que el hecho de emplear a estas personas es atacar el problema de la segregación social desde la raíz.

No estudiar este tema provocará un vacío de conocimiento sobre el contenido cultural que generan las personas en situaciones desfavorables en la Ciudad de México. Es decir, acercarse a estos temas desde la Academia se puede dar a conocer y estudiar cómo, a través de una publicación se le da voz a otros sectores de la sociedad sobre una perspectiva cultural de su país.

Generar un capital cultural desde el análisis crítico del discurso sobre narrativas en revistas callejeras – el caso específico de “Mi Valedor” – podrá proveer y generar otras formas de conocimiento y así, generar nuevas líneas de investigación sobre la sociedad mexicana y cómo es que ésta participa en diferentes dinámicas de integración social. Al no ser abordado este tema, puede existir un hueco de

información importante, debido a que al ser una revista con un tiraje muy bajo y una distribución de mano en mano, puede ser muy poco conocido el proyecto y por ende, no se conozca que hay otras formas, por medio de la comunicación, de atender problemáticas sociales y de buscar cómo son las representaciones de las personas en situación de calle en el discurso.

1.9. Preguntas de investigación en torno al objeto de estudio

Preguntas de investigación³²

- Entendiendo como **meta-pregunta** aquella que cobija la investigación y trata de responder sobre la pertinencia académica de cada investigación. De igual forma, perfila a la misma, es decir, delimita las metas que se desean conseguir en el proceso para elaborar una tesis.
- En el caso de la **pregunta central**, es aquella que se entiende como el cuestionamiento central de la investigación. Hace referencia a aclarar, de manera acotada, específica y concreta lo que va a lograr el estudiante con su investigación. De ahí deriva la parte fundamental que enuncie el o los objetivos del proceso de investigar.
- Sobre las **preguntas operacionales**, son aquellas que su función es resolver cómo se vincula la pregunta central con tus conceptos y métodos, y responden indirectamente a la referida pregunta central. Estas respuestas, sumadas, abonan directamente información al proceso de investigar.

a) Meta-pregunta

Principal: ¿Cómo se construye el discurso “alternativo” de la revista callejera “Mi valedor” en relación con la “reinserción” de los sujetos (“valedores”), que son enunciados desde la misma publicación como “poblaciones excluidas”?

³² Los conceptos y definiciones de este esquema de trabajo fueron provistos por el Dr. Sergio Rodríguez Blanco durante los seminarios de tesis con sus dirigidos durante el periodo del 2017 – 2019 en la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. Dichos seminarios se llevaron a cabo en el Departamento de Comunicación para estudiantes de la Maestría en Comunicación en la asignatura Metodología cualitativa en comunicación con el objetivo de organizar, entender y presentar la investigación.

Sub meta-pregunta: ¿Cómo se construye discursivamente la subjetividad del “valedor” en la revista “Mi valedor”?

Aquí se está tomando en cuenta que la revista “Mi Valedor” puede ser entendida desde el enfoque de los medios alternativos, el cual responde al tema principal de esta investigación. La meta-pregunta incluye dentro de su enunciación como tema central a los Medios alternativos, que dentro del gran espectro de esta categoría, incluye a los periódicos callejeros y la participación ciudadana, ambas líneas que la revista, en su discurso central, menciona que da voz a otros sectores – llamados “poblaciones excluidas” por medio de su publicación, en el marco amplio del Periodismo (en este caso la prensa callejera, que se vale de las principales herramientas de dicha disciplina para generar contenido).

b) Pregunta central / de investigación

¿Cómo se construye el discurso sobre las personas en situación de calle (poblaciones excluidas) desde la narrativa construida por “valedores” (también poblaciones excluidas pero en proceso de reinserción) en los textos verbovisuales de la revista callejera “Mi valedor”?

Enunciar esta pregunta hace un primer acotamiento del objeto de estudio de esta investigación. El hecho de poner un ‘cómo’ en la pregunta invita al investigador a hacer un proceso reflexivo y descriptivo sobre la revista. A través de la revisión de los principales números emitidos de “Mi Valedor”, se pretende conocer cómo funciona su producción material y su discurso, enunciado de forma alternativa frente a los medios *mainstream* de dar voz a otros sectores que ‘aparentemente’ carecen de la misma. Por ende, responder esta pregunta será importante, ya que permitirá distinguir cómo a través de elementos retóricos, lingüísticos, narrativos y de transitividad construyen sus historias o narrativas y, asimismo, generan procesos de representación de las poblaciones en situación de calle – que son los beneficiarios del proyecto en la Ciudad de México.

c) Preguntas operacionales

- ¿Qué tipo de narrativas (historias) construyen los “valedores”?
- ¿Cómo se construye la subjetividad del valedor dentro de los textos verbosuales?
- ¿Qué elementos se escogen para construir las narrativas?

d) Preguntas sub-operacionales

- ¿Cómo están contruidos los textos de la revista?
- ¿Qué elementos retóricos, lingüísticos, narrativos y de transitividad constituyen a estas historias o narrativas de la revista?

Conjetura (hipótesis)

Los medios alternativos y los periódicos callejeros – la revista callejera mexicana “Mi Valedor” – funcionan como un espacio para la participación ciudadana de otros sectores que son enunciados como “personas sin voz” / “sectores invisibles” / “poblaciones vulnerables” y, por medio del discurso, hacen representaciones de las personas en situación de calle y de temáticas relacionadas con la segregación social.

Objetivo general

Describir y analizar cómo es la revista callejera de “Mi Valedor”, para dar a conocer el contexto y cómo se ha desarrollado desde su nacimiento el proyecto en la Ciudad de México. Esta descripción se basa en los preceptos del análisis crítico del discurso en su contenido y en cómo a partir de éste se representa a un sector de la población de la Ciudad, en este caso, a las personas en situación de calle, que dentro de la revista son llamados como “poblaciones excluidas”.

Objetivos específicos

Describir el proceso de producción de la revista, para detallar y conocer qué instituciones participan en dicha producción y cómo intervienen en la misma.

Conocer el discurso periodístico de la revista, para identificar las líneas editoriales que adopta el proyecto.

Revelar los elementos retóricos, lingüísticos, narrativos y de transitividad que constituyen a estas historias o narrativas de la revista, particularmente piezas realizadas por “valedores”, enunciados por la propia revista como “poblaciones excluidas”, en donde ellos mismos narran historias de sujetos también enunciados como excluidos.

CAPÍTULO II. CORTE DE ÉPOCA: COMUNICACIÓN, ACTIVISMO SOCIAL Y MEDIOS ALTERNATIVOS

Este apartado busca hacer un corte de época acerca de los temas que rodean a la investigación sobre las revistas callejeras en la Ciudad de México. Este corpus se basa en la triada de temas sobre la Comunicación, el activismo social y los medios alternativos. De ellos derivan una serie de aristas que dan sentido sobre lo que se ha tratado y que guardan una relación muy marcada con los periódicos callejeros y su tradición ya mencionada desde los ochenta.

El corte de época comienza con el apartado en el que se resaltan las visiones y estudios más importantes sobre los movimientos sociales y cómo se han estudiado. Cabe destacar que por sí mismos, los movimientos sociales son muy amplios y son de casi cualquier tipo. Incluso, se vuelve a formar una nueva triada de elementos en la que se encuentran los movimientos sociales, activismo y cambio social.

Siguiendo con esta línea, se presentará el papel de la comunicación en los movimientos sociales. Es decir, cómo a través de la disciplina de la Comunicación se han observado y descrito estos fenómenos tanto de manera global, como local. Posteriormente siguen los apartados de los medios impresos y su relación con los periódicos callejeros, con el objetivo de explicar cómo se entienden estas llamadas formas alternativas – frente a los medios masivos de comunicación – de “dar voz a otros sectores” que probablemente tengan muy poca cabida en las agendas de los medios masivos de comunicación.

Posteriormente, vienen los apartados de los medios alternativos, en los cuales se circunscriben los periódicos callejeros que competen a esta investigación – en este sentido se habla de la revista mexicana callejera, “Mi Valedor” – desde la visión de varios autores sobre dicho tema. De igual forma, surgen otros subtemas que le dan sentido a la investigación, tales como la definición de los medios ciudadanos, medios activistas y los medios autónomos, los cuales siguen otras lógicas de producción y no necesariamente enmarcan a “Mi Valedor”.

2.1. Lo más relevante que se ha publicado en torno a los medios alternativos en general

La revisión sobre los <<medios alternativos>> se vuelve necesaria como se ha explicado con anterioridad, debido a que las revistas callejeras forman parte de este espectro que cubre dicha categoría. Retomando algunas ideas del capítulo pasado, estas publicaciones buscan ser no solo una alternativa frente a los discursos en medios impresos masivos, sino que, además, buscan fungir como una salida a un problema de inserción en el mercado laboral de personas en situación de calle. Es por ello que los distribuidores de estas revistas generan un ingreso a partir de la venta de mano en mano. De igual forma, los medios alternativos son una forma de presentar y representar narrativas sobre otros temas, que muchas veces no cuentan con un lugar en las agendas mediáticas.

Esta revisión de la literatura y las posteriores se harán en orden cronológico sobre lo más relevante que se ha encontrado sobre cada una de estas categorías. Dentro de este orden cronológico, se tomará en cuenta, por un primer lado, el contexto global y posteriormente, el contexto regional sobre cada una de las temáticas. Para cerrar esta parte introductoria, es indispensable aclarar que en la categoría de <<medios alternativos>> se pueden encontrar diferentes líneas de estudio sobre este tema, las cuales tienen muchas similitudes y no hay una línea concreta sobre lo que se dice. Retomando el ejemplo del primer capítulo, en el que se dice que, a pesar de que los medios alternativos comprenden una amplitud grande de medios, muchas veces existe una tendencia a confundir y encuadrar – como si fueran lo mismo – los medios autónomos, radicales y ciudadanos. Por eso, el hincapié en mencionar y hacer de conocimiento al lector sobre dicha dispersión semántica.

Entrando de lleno al tema, resultó importante revisar cómo los medios alternativos guardan un vínculo con los movimientos sociales o el activismo social. Para evitar una dispersión semántica, se optó por hacer una búsqueda global sobre <<alternative communication>>. Dentro de esta búsqueda, se encontró un artículo de Hackett y Megan Adam (1999) titulado “Is media democratization a social movement?” (Traducción: “¿La democratización de los medios es un movimiento social?") mencionan:

[Traducción] Los esfuerzos para democratizar los medios se remontan al menos hasta los debates sobre el Nuevo Orden Mundial de Información en la década de 1970. Sin embargo, desde la década de 1980, estos esfuerzos han sido más diversos, a nivel local, nacional e internacional. incluyen acceso público y organizaciones de medios alternativos, redes de distribución para medios independientes, centros de recursos de medios para apoyar la organización comunitaria y el activismo político, monitoreo de medios e instituto y revistas "vigilantes", campañas ad hoc para influir en los medios dominantes, grupos de defensa de políticas preocupados por las temas en comunicación, organizaciones profesionales y sindicatos que

representan a periodistas y otros trabajadores de los medios, y "obstaculizadores de la cultura" que intentan satirizar y desnaturalizar las representaciones dominantes y mediáticas. (p. 125)

Es decir, los autores redactaron un panorama sobre esfuerzos para democratizar los medios, un punto crítico que se dio durante los setenta y ochenta que apoyaran a estas alternativas para los medios de información. Siguiendo con esta línea, Hackett y Megan Adam (1999) hablan sobre un estudio realizado en San Francisco en 1998, cuando dos grupos de activistas fueron encuestados sobre sus percepciones acerca de la democratización de los medios en Estados Unidos (p. 126). Una de las preguntas clave que respondieron fue:

[Traducción] Los encuestados acordaron por unanimidad que el sistema de medios de Estados Unidos no es lo suficientemente democrático. La mayoría atribuyó esto a problemas estructurales fundamentales, apuntando a la propiedad concentrada de la industria, los intereses comerciales que prevalecen sobre los intereses públicos y las prácticas regulatorias sesgadas del gobierno. Algunos lo vincularon con la debilidad de los valores e instituciones democráticos en la cultura política más amplia.

Los activistas que aplicaban estrategias "internas" eran los menos propensos a criticar voluntariamente la estructura de los medios, pero incluso ellos generalmente apoyaban el cambio estructural. La mayoría de las definiciones de cambio enfatizaron la necesidad de un mejor acceso público a los foros de medios y, por el contrario, la necesidad de responsabilidad de los medios ante las comunidades y el público. (p. 126 y 127)

Con estas ideas, el panorama que se relaciona con los movimientos sociales y los medios alternativos se caracteriza por estar en tensión por el acceso y responsabilidad de los medios de información con el público. Es decir, hay un activismo que busca defender el derecho a la información y sobre todo una apertura a temas que se quedan muchas veces fuera de la agenda, debido a los intereses comerciales que justamente, son dominantes y están por encima de los intereses públicos. Para esta primera parte de la revisión, se tiene como punto de partida una especie de activismo que busca otras alternativas ante, según este estudio, estructuras coyunturales de la democratización de los medios, claro, desde el panorama estadounidense en los noventa.

Sin duda, uno de los trabajos medulares, que en el capítulo del marco interpretativo se desarrollará más a fondo, es el que contiene las ideas de Chris Atton en torno a los medios alternativos. En esta sección solo se presentarán los conceptos principales sobre los medios alternativos, a partir del libro "Alternative media" que escribió Chris Atton (2002) con el fin de poner claridad a los conceptos, ya que en esta revisión para elaborar el corte de época se hallaron muchas categorías y conceptos similares: por ejemplo, la coincidencia de los medios ciudadanos tratados en apartados pasados, y algunas categorías que comparten según los investigadores, tales como empoderamiento, identidad y comunidad social.

Atton (2002) comienza su introducción sobre cómo han surgido los medios alternativos y su relevancia e impacto en el contexto social en el que se desarrollan. La tesis principal de la obra de Atton – que retoma de un escritor también sobre Medios alternativos, Roger Silverstone en su obra “Why study the media?” (1999: 103) constituye el eje de crítica de la presente investigación, ya que él afirma que: “[Traducción] (Silverstone) Los medios alternativos han creado nuevos espacios para otras voces y enfocarse en otros intereses comunitarios”. (p. 1) Siguiendo con esta línea, Atton menciona que: “[Traducción] Los medios alternativos, considero, son cruciales para ofrecer significados para la comunicación democrática hacia la gente que normalmente es excluida de la producción de los medios. (p. 4)

Tal como se anticipaba anteriormente en esta investigación, uno de los conceptos clave tiene que ver con la participación democrática que han vislumbrado los autores sobre los medios alternativos. Atton (2002) señala que:

[Traducción] En una edición revisada de McQuail (1987) encontramos un modelo de "participación democrática" (también basado en Enzensberger) que se basa en el uso de los medios de comunicación para la interacción y la comunicación en entornos a pequeña escala de la comunidad, el grupo de interés y la subcultura. 'que favorecen' patrones horizontales de interacción 'donde' participación e interacción son conceptos clave '(Mc Quail, 1994: 132). (p. 7)

Como se ha mencionado con anterioridad, hablar de los medios alternativos es tocar muchos subtemas que se relacionan de manera directa, entre ellos, la participación democrática, que es esta especie de interacción y comunicación en comunidades pequeñas, es decir, participación de “otras voces”. Además de esta comparación frente a los medios masivos de comunicación, Atton (2002) señala parte de la esencia de lo que son los “medios alternativos”. Él expresa que:

[Traducción] En una cultura de los medios de comunicación que parece cada vez menos interesada en los informes de investigación en profundidad, los medios alternativos proporcionan información e interpretaciones del mundo que de otra manera no podríamos ver e información sobre el mundo que simplemente no encontraremos en ningún otro lugar. Las publicaciones alternativas están, en el fondo, más interesadas en el flujo libre de ideas que en las ganancias. (p. 12)

En este sentido, los contenidos que presentan estos medios, como ya se dicho con anterioridad, son al final, interpretaciones o puntos de vista distinto que muchas veces no se encuentran en los medios

tradicionales o masivos. Existe un interés de estos medios alternativos de elaborar narrativas y discursos con otros enfoques.

Otra de las formas que adquieren los medios alternativos es a través del nombrado periodismo cívico o participativo. A partir de este concepto, García (2006) escribe al respecto un artículo, en el que menciona:

“Las experiencias de periodismo digital ciudadano revelan de manera clara la profundidad de los efectos que las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) están provocando en la esencia de la comunicación social. [...]

Como señala Howard Tumber, éste es el contexto en el que surge desde finales de los ochenta en Estados Unidos el llamado periodismo cívico como respuesta al creciente vacío entre los ciudadanos y los gobiernos, y al fracaso de los medios de comunicación como promotores del debate y la participación públicas (Tumber 2001) (p. 205, 207)

Nuevamente, se puede apreciar que estas formas alternativas para generar contenidos desde “otras voces” fueron parte de este “fracaso” que muchos autores ven sobre los medios tradicionales que no dieron una respuesta oportuna a los debates y a la participación pública. Vinculándolo con las TIC’s, García (2006) afirma:

En medio de este proceso de crisis, surge a comienzos de los noventa una concepción alternativa al periodismo objetivista y neutral, y que apuesta por la implicación de la ciudadanía. La irrupción del Periodismo Cívico enlaza pocos años después de sus inicios con el desarrollo popular de Internet a través de la World Wide Web y las profundas transformaciones que ello supone para la información periodística. [...]

El periodismo del siglo XXI se encuadra en un entorno mucho más complejo que el de hace apenas diez años, un escenario en el que los pasivos y silenciosos ciudadanos se convierten en potenciales productores de información. (p. 208)

Como puede observarse, los medios alternativos cubren un espectro muy amplio sobre dichas alternativas para actuar en el contexto social. En este sentido, encontramos un artículo en el que se menciona o se encuadra al periodismo ciudadano como una alternativa para que los ciudadanos – vistos como pasivos y silenciosos – se conviertan en potenciales productores de información, apegados a un marco, sobre todo, de TIC’s.

Retomando un autor que se presentó en el Capítulo I, en el que se habla a grandes rasgos de medios alternativos, es preciso reubicar las ideas teóricas y cómo ha tratado a los medios alternativos. Se trata de Coyer et. al. (2007), quienes mencionan:

[Traducción] Hay casi tantas respuestas a esto como personas que piensan y escriben acerca de esto, creando etiquetas y definiciones que compiten entre sí. "Medios alternativos" es probablemente la etiqueta más común, pero algunos prefieren medios "radicales" o "independientes", y otros "ciudadanos", "tácticos", "activistas" o "autónomos". Luego están los conceptos y las prácticas aliadas de los medios de "comunidad" y "participativos". Ninguna de estas son frases vacías: todas expresan creencias diferentes acerca de la función cultural y política de esta área de trabajo [...] (p. 3)

Incluso, en este panorama por entender cada una de las etiquetas, este manual retoma a uno de los escritores más frecuentes que se citan en esta investigación – Chris Atton – quien puede ser visto como el autor que se decanta por usar el término de “Alternative media”. Coyer et. al. (2007) escriben al respecto:

[Traducción] Chris Atton usa el término "medios alternativos" para referirse a una variedad de proyectos, intervenciones y redes de medios que trabajan en contra o buscan desarrollar diferentes formas de las formas dominantes esperadas (y ampliamente aceptadas) de "hacer medios" (Citado dentro del Manual, 2004: ix) [...]. Atton cree que los medios alternativos deben abarcar todas las formas culturales de producción independiente y deben mostrar las siguientes características (Atton 2002b: 27):

- Contenido radical, ya sea político o cultural.
- Forma estética fuerte.
- Emplee 'innovaciones / adaptaciones reproductivas' (Ibíd.) aprovechando al máximo la tecnología disponible y de vanguardia.
- Medios alternativos de distribución y ética de derechos de autor.
- Transformaciones de los roles y relaciones sociales en organizaciones colectivas y des-profesionalización.
- Transformación de procesos de comunicación - 'vínculos horizontales' (Ibíd.).

[...]La doble naturaleza del papel de los medios alternativos: proporcionar contenido (cultural o político) que difiere del de los medios dominantes, y ofrecer ejemplos de modos alternativos de producción que sean más democráticos y participativos, organizados horizontalmente en lugar de jerárquicamente. Estas funciones son ambas 'contra-hegemónicas' [...] (p. 3, 4)

Situándonos en estas ideas, los puntos de convergencia nuevamente salen a la luz: los medios alternativos son proyectos que se desarrollan en paralelo a las formas dominantes de comunicación. Estas alternativas son formas culturales de producción, en las que se plasma contenido radical, de índole político o cultural. Además, se presumen de un estilo de trabajo horizontal, en el que se rompe – aparentemente –

este esquema de trabajo jerárquico y se actúa por medio de organizaciones colectivas o comunitarias, mismos que fomentan la participación.

Continuando esta revisión, hay un artículo que abona a esta discusión sobre los medios alternativos por medio de los movimientos sociales y el surgimiento de nuevas formas de comunicación. Se trata del trabajo de Ramírez De La Piscina (2007) con el estudio titulado “Social movements in the public sphere New forms of communication arise and transgress old communication codes” (Traducción: Movimientos sociales en la esfera pública. Surgen nuevas formas de comunicación y transgreden viejos códigos de comunicación). En dicho trabajo se menciona:

[Traducción] La corrupción política y económica ha adquirido dimensiones globales en los últimos años. En consecuencia, un gran número de ciudadanos muestra una creciente aversión hacia las instituciones, en general, y hacia las formas tradicionales de participación política en particular. Dicho ataque ha conducido al florecimiento de una amplia gama de nuevos movimientos sociales tremendamente heterogéneos que están marcados principalmente por tres características distintivas: subjetividad, ciudadanía y anhelo de emancipación social. Estos movimientos han encontrado un aliado importante en las nuevas tecnologías e internet para alcanzar sus objetivos. (p. 63)

Nuevamente, se insiste en que los movimientos sociales surgen debido a que existe una percepción negativa, por parte de los ciudadanos, sobre los medios y sus formas políticas de participación. Y es, por eso mismo, que han podido emerger nuevos movimientos sociales para generar participación social y que buscan emancipación. Siguiendo con esta línea de pensamiento, Ramírez De La Piscina (2007) habla también sobre la dificultad para detectar movimientos sociales:

[Traducción] Es imposible definir nuevos movimientos sociales usando un patrón. En primer lugar, porque son movimientos y no partidos políticos tradicionales. En segundo lugar, porque están estructurados en redes que les permite expandirse y / o desaparecer repentinamente. En tercer lugar, porque han hecho de la diversidad una de sus principales características distintivas.

Al contrario de lo que ocurrió con la mayoría de los viejos movimientos sociales, la clase trabajadora ya no es la fuerza impulsora del cambio. Ha dejado de ser el tema histórico que está llamado a estar a la vanguardia de la revolución. La sociedad civil y los grupos sociales se han hecho cargo del proceso de emancipación, una liberación que se genera a partir de las cosas cotidianas, sin esperar al mañana, sin delegar a los mesías visionarios, comenzando con asuntos personales y siguiendo con asuntos sociales y culturales. (p. 67)

Como se puede apreciar, es complejo detectar y tratar de enmarcar un movimiento social, no solo debido a la dispersión semántica previamente señalada. Además, estos movimientos y alternativas al ser

muy diversos, o se expanden o simplemente desaparecen. Las problemáticas que abordan, sin embargo, tienen un común denominador: buscan cubrir problemáticas sociales y culturales, sin dejar de lado los asuntos personales.

Pasando a otro trabajo, toca el turno de un artículo de Ramos, P. y Juan Pablo Hamada (2010) titulado “La comunicación alternativa en la construcción política: una experiencia de Córdoba”. Situados en este panorama, ahora latinoamericana, los autores tenían como objetivo indagar en ciertas líneas teóricas para re-pensar el análisis de proyectos de comunicación alternativa en diversos puntos de Argentina, es decir, proyectos radiofónicos y periódicos digitales, producidos por jóvenes en sectores urbanos. (p. 180). Ellos mencionan:

La dimensión política fue quizá uno de los aspectos más indagados en los estudios latinoamericanos sobre comunicación alternativa. A la perspectiva teórica planteada por Carlos Mangone, también podemos sumar los aportes de Simpson Grimberg, quien señala que la comunicación alternativa debería poder reconocerse en esa brecha política en la que los discursos sociales ponen en evidencia los antagonismos políticos y se hacen manifiestas las desigualdades sociales (1989). Además, reconoce que el monopolio de los media permite producir, reproducir, administrar y vehiculizar el discurso del poder en dimensiones desconocidas, hasta tal punto que su lenguaje y su categorización de la realidad constituyen en cierto modo el símbolo de un silencio, el de las mayorías marginadas (1989). [...]

Al definir, en términos relacionales, lo alternativo, surge la incesante necesidad de actualizar las reflexiones a partir del cruce entre la reflexión teórica y el análisis de prácticas específicas de comunicación alternativa. [...]

La voluntad de investigar prácticas, estrategias o actores vinculados con proyectos comunicacionales que se definen como alternativos, reconociendo las particularidades de los dispositivos tecnológicos que utilizan, de las identidades colectivas y los contextos condicionantes en que actúan, está orientada, a su vez, por el propósito de aportar una lectura crítica y una propuesta política coherente. (p. 186)

De acuerdo con estas ideas presentadas, hay una noción de la comunicación alternativa como un modo político en la que los discursos que se presentan en ella sacan a flote las desigualdades sociales. Si se revisan estos conceptos, se habla de marginalización, desigualdad, discursos hegemónicos. Es decir, conceptos que guardan una estrecha relación con esta investigación de cuando se habla de alternativas para hacerle frente a los discursos y monopolios que existen en los medios de comunicación masivos cuando se habla de la construcción de lo social, de acuerdo al artículo previamente citado.

Para cerrar estas visiones sobre los medios alternativos y su vínculo con los movimientos sociales, sitúo el contexto de un artículo de Harlow y Dustin Harp (2013). El trabajo titulado “Alternative media in a digital era: Comparing news and information use among activists in the United States and Latin America” (Traducción: Medios alternativos en una era digital: comparando el uso de noticias e

información entre activistas en Estados Unidos y en América Latina) uno de los puntos clave que menciona sobre los medios alternativos en la era digital es:

[Traducción] Después de aparecer en el mapa en los años setenta y ochenta, la investigación académica en medios alternativos, ya sean periódicos alternativos, radios comunitarias, revistas o incluso formatos digitales como YouTube y blogs, ha florecido desde el cambio de siglo. La mayor parte de esta investigación, sin embargo, se centra en los procesos de producción y el contenido producido, en lugar de estudiar empíricamente al público, o a los propios usuarios.

Es importante comprender mejor las audiencias y usuarios de medios alternativos teniendo en cuenta la compleja y a menudo tensa relación entre activistas y medios de comunicación. Excluidos y marginados de la prensa convencional, los activistas y los involucrados en los movimientos sociales históricamente han creado sus propios medios o se han basado en medios alternativos para una perspectiva no hegemónica. (p. 26, 27)

Como lo mencionan los autores, nuevamente se toma como punto de partida los medios alternativos – mismos que van de la mano con los movimientos sociales – a partir de los años 70s y 80s. Se habla también de exclusión y de marginalización a los activistas, quienes tuvieron que encontrar su lugar creando sus propios medios y así tener una perspectiva alejada de la hegemónica. También es importante mencionar el impacto de internet como forma alternativa para la producción de mensajes, distanciándose y dejando de lado, quizá, las revistas impresas o callejeras.

Pasando al cierre completo de esta primera revisión, expongo el artículo titulado “Alternative internet radio, press freedom and contentious politics in Hong Kong, 2004–2014” (Traducción: Radio alternativo de internet, prensa libertad y política contenida en Hong Kong, 2004–2014). Sobre este artículo, Leung (2015) de igual forma habla sobre los medios alternativos en la era del internet. Escribe:

[Traducción] Hong Kong ha sido considerado como uno de los lugares más libres de Asia. En la última década más o menos, sin embargo, ha sido testigo de un descenso apreciable en la libertad de prensa y libertad de expresión. Como fuente de este declive, numerosos académicos de medios y periodistas veteranos han señalado el endurecimiento del control político de las autoridades chinas y de Hong Kong en los principales medios locales. Al cooptar a los propietarios de los medios, domar las voces opuestas y disciplinar a los medios opositores a través de ataques políticos y / o medios comerciales, el centro de poder político ha invadido la mediación de Hong Kong esfera pública, erosionando la expresión de voces críticas. [Fung 2007; Lai 2007; Lee 2007; Ma 2007]. (p. 196)

Otro de los temas a tratar cuando se habla de medios alternativos, es sobre la libertad de prensa y la libertad expresión. Elementos que, justamente, al ser bloqueados o disciplinados por el control político,

es como van surgiendo nuevas alternativas para ejercer la comunicación. En este caso, se habla de una radio alternativa por internet, para la libertad expresión en Hong Kong. De lo anterior, Leung (2015) discute:

Como muchos predecesores en todo el mundo, el movimiento alternativo de radio de Hong Kong se ha entrelazado con la lucha política. [...] la radio alternativa por Internet surgió por primera vez hace una década como un mecanismo de autodefensa para la sociedad civil, que fue testigo de la caída de los principales medios de comunicación debido a la creciente invasión política. Consciente del potencial político de la radio por Internet alternativa, los partidos políticos radicales pro-democracia y los activistas sociales se apropiaron posteriormente de este nuevo medio para facilitar y participar en políticas contenciosas. Debido a la mayor presión política en los principales medios de comunicación en los últimos años, la radio por Internet se ha convertido en un "refugio seguro" para las voces rebeldes exiliadas. (p. 207)

Nuevamente, existen estas visiones que ven puntos a favor sobre la diversidad de los medios alternativos, en este caso, sobre la radio por internet, en la que se enmarca la discusión como un lugar seguro para las voces exiliadas. De nueva cuenta, también, hay una visión positiva para mencionar que estos medios alternativos son una especie de mecanismos de autodefensa ante los bloqueos políticos.

En los próximos apartados de este capítulo, se abordarán trabajos académicos que se relacionan aún más con las narrativas y trabajos impresos de índole alternativa. Como se mencionó anteriormente, este apartado buscaba situar la discusión como se encontró: dispersa. Los medios alternativos tienen tantas etiquetas gracias a los movimientos sociales que los generan.

2.2. ¿Cómo se han investigado los medios alternativos impresos, vinculados a movimientos sociales?

Esta sección mostrarán algunos trabajos sobre medios alternativos impresos que, como se mencionó anteriormente, tienen un vínculo muy grande con los movimientos sociales y, a su vez, con las revistas callejeras. Es importante precisar que en esta búsqueda también hay una dispersión semántica, debido a las aristas similares que abundan sobre los temas *Movimientos sociales*, *Cambio social*, *Prensa callejera*, *periodismo ciudadano*, *medios comunitarios* y otros más por mencionar algunos nombres de la lista.

Comenzando, al igual, con un orden cronológico, uno de los trabajos más relevantes se titula: “Sociology and social change in the United States” (Traducción: Sociología y cambio social en los Estados Unidos). Este trabajo, por Williams Jr. (1969) tiene su enfoque en precisamente definir “El cambio” visto desde “el cambio social”:

[Traducción] "Cambio" es simplemente cualquier alteración en cualquier cosa; cambiar algo es hacerlo de otra manera. Aplicado a la sociedad y la cultura humana, el cambio puede referirse a cualquier alteración, por pequeña que sea, en conocimiento, creencias, valores, artes, moral, costumbres, normas sociales, lenguaje, tecnología, etc. (p. 153)

Empezar por definir esta parte permite situar cómo se comenzaron a hacer estos estudios que tenían su enfoque para hablar de cambio social. Es decir, el primer paso que daban era la separación y definición por concepto. En esta parte, se habla entonces de que los cambios son estas alteraciones o cambios de estado de las cosas. En este sentido, los movimientos sociales son paradigmas que alteran el conocimiento, las creencias, normas sociales, tecnologías y otras líneas más. Siguiendo este eje rector, Williams (1969) afirma:

[Traducción] Incluso las acciones sociales a pequeña escala producen consecuencias que no fueron intencionadas por sus autores. En conjuntos de acciones que están ampliamente separadas en el espacio y el tiempo y en la cantidad y variedad de unidades socioculturales afectadas, sus consecuencias pueden repercutir a través de un laberinto invisible de canales indirectos hasta que superan por mucho la capacidad de cualquier unidad social existente para monitorear o controlar ellos. El carácter lento, incompleto, fragmentario e incierto de la retroalimentación de información sobre las consecuencias es una fuente importante de cambio social no anticipado y, a menudo, no deseado. (pág. 156)

De estas ideas presentadas, radica la importancia de mencionar y hablar sobre los cambios sociales. Es decir, no hay un apego a los medios impresos aún; sin embargo, hablar de cómo se ha estudiado el impacto, porque es un espectro grande los movimientos sociales, es contextualizar el panorama en el que se desenvuelven estos medios alternativos.

Aproximaciones teóricas sobre la prensa callejera abundan a partir de la década de los noventa. Swithinbank (1997) realizó este artículo cuando estaba en pleno auge uno de los movimientos sociales más importantes que competen a esta investigación; la prensa callejera. En este artículo, la autora menciona lo siguiente sobre este tipo de prensa:

[Traducción] El movimiento es un experimento social único que aborda los problemas de las personas sin hogar a través del concepto de autoayuda. Ayudar a personas sin hogar, ex sin hogar y acomodadas vulnerables a ayudarse a sí mismos a través de la venta de periódicos o revistas puede romper la dependencia de los beneficios estatales, y es una alternativa a la mendicidad. (p. 45)

Es decir, ya existían movimientos que en un primer momento parecían preocuparse por las coyunturas sociales en las que estaban surgiendo. Esta prensa callejera se presentaba como una posible salida para las personas en situación de calle “*homeless*”, de modo que, en lugar de solamente depender de los beneficios estatales – como manutenciones – pudieran emplearse en la venta de un periódico callejero y así obtener otros ingresos extra para el mismo vendedor. Lo anterior con el discurso de ser un proyecto de autoayuda. La discusión que Swithinbank plantea al inicio de su artículo, menciona el primer “street paper” reconocido a nivel internacional de ésta índole: “The Big Issue”. La autora expresa la siguiente paradoja al momento de hablar de dicho proyecto:

[Traducción] Cuando se discutió por primera vez la viabilidad de la iniciativa The Big Issue entre sus instigadores en el sector privado y una amplia gama de personas preocupadas (incluidas las personas sin hogar, los trabajadores de organizaciones no gubernamentales que trabajan sin hogar, representantes del gobierno local y la policía) muchos dijeron que la idea era inviable. El concepto despertó una intensa sospecha, incluso entre las personas sin hogar. La perspectiva de muchos profesionales que ya están trabajando en el tema de la falta de vivienda también fue negativa. Su razonamiento era doble: primero, que ya había suficientes organizaciones benéficas y proyectos que se ocupaban de las necesidades inmediatas ya largo plazo de las personas sin hogar en el Reino Unido; y segundo, que tal idea "comercial" nunca se pondría en práctica. La iniciativa Big Issue toma una perspectiva de empoderamiento, enfocada en las personas sin hogar no solo como problemas sociales, sino como contribuyentes a su propio futuro. (p. 45)

Se entiende, entonces, que en aquel tiempo ya se veían algunos escenarios de incertidumbre, uno de ellos, el escenario comercial por no ser un proyecto que podría denominarse como “medio masivo de comunicación / medios *mainstream*”, al no contar con un gran tiraje – en aquel momento – además de ya contar con suficientes organizaciones benéficas que se estaban ocupando de los “homeless”. Además de todos los escenarios que provee Swithinbank, menciona a manera de conclusiones en su artículo que:

[Traducción] Los periódicos callejeros no serían una estrategia adecuada para abordar la falta de vivienda en todos los países. Donde el mercado de las calles es competitivo, o donde no hay una alta tasa de alfabetización entre los consumidores, no proporcionarían una fuente viable de ingresos para los vendedores. Necesitan una inversión inicial, un equipo sólido compuesto por periodistas profesionales y personas que trabajan en el ámbito social, y necesitan ser económicamente sostenibles o no sobrevivirán. Además, la estrategia será más viable para algunas personas sin hogar que para otras, según los factores de identidad social, como el género y la raza. Otro factor determinante de si un periódico callejero tendrá éxito es la actitud pública hacia la venta callejera. (p. 51)

Sin duda, estas conclusiones son un gran punto de partida para introducir este tema de las revistas callejeras. El hecho de que en 1997 se haya redactado este panorama permite identificar que en el contexto actual mexicano de “Mi Valedor” – 2015 al 2019 – hay varias líneas por explorar y que se presentarán más adelante.

Continuando con la revisión de la literatura sobre los medios alternativos impresos, un trabajo académico importante se titula “Words on the Street: Homeless People's Newspapers” (Traducción: Palabras en la calle: periódicos de personas sin hogar). Dodge (1999) señala aspectos importantes que van de lleno sobre estas publicaciones callejeras:

[Traducción] Mientras que los medios de comunicación generalmente cubren la falta de vivienda como algo que afecta a "otras personas", los periódicos de la calle tienden a venir de la base y ponen una cara humana al problema. Producido por personas sin hogar y sus defensores en las zonas urbanas de América del Norte y Europa, muchos, pero no todos, son vendidos en la calle por vendedores sin hogar. (p. 60)

Siguiendo el eje rector sobre los periódicos callejeros y lo que parece una comparación inevitable frente a los medios de comunicación masivos, observamos que esta visión, como muchas otras que se verán más adelante, es positiva en cuanto a la calificación de los periódicos callejeros, debido a la alternativa que ofrecen como la cara humana frente a la situación de calle. Con base en estas ideas, Dodge (1999) describe una publicación de manera positiva sobre el contenido de la misma:

[Traducción] Una mezcla similar de empoderamiento y autoexpresión se puede encontrar en otros documentos. El "Cambio real" de Seattle, por ejemplo, presenta poesía e información de eventos, así como artículos que documentan y critican la realidad brutal. Un ensayo fotográfico que publicó el año pasado mostró dónde cuatro mujeres sin hogar habían sido encontradas asesinadas. Este tipo de periodismo refleja el de los diarios, con un peligro concomitante: ¿los artículos de interés humano y las "historias tristes" están creando conciencia o simplemente están haciendo de la pobreza un tema estético alejado de la lucha política? (p. 61)

Es interesante visualizar cómo el autor que hace una revisión sobre estos periódicos callejeros describe el contenido. Menciona como un primer punto, una <<realidad brutal>> que se vive en las calles al mencionar el ensayo fotográfico sobre cuatro mujeres sin hogar asesinadas. Por otra parte, el contenido también lo pone en entredicho al preguntarse si con estas narrativas hay una concientización o simplemente a la pobreza se le está dando un tratamiento estético, mismo que se aleja de la lucha política.

Pasando a otras revisiones, existe una bastante peculiar. Esta revisión periodística se hace a partir de una Copa Mundial de Fútbol dirigida a personas en situación de calle. Me refiero al reportaje titulado "Disengagement, de-motivation, vulnerable groups and sporting inclusion: a case study of the Homeless World Cup" (Traducción: Desacoplamiento, desmotivación, grupos vulnerables e inclusión deportiva: un estudio de caso de la Copa Mundial de las Personas sin Hogar). Magee (2011) menciona:

[Traducción] La Copa Mundial inaugural de los "homeless" se celebró en julio de 2003 en Graz, Austria, con 18 equipos compitiendo. Organizado por la Red Internacional de Street Papers (INSP, por sus siglas en inglés), los objetivos del torneo eran alentar a las personas desconectadas y desmotivadas a participar en el entorno deportivo, proporcionar una oportunidad de fútbol inclusiva para elevar la dignidad personal y la autoestima, y utilizar el fútbol como una actividad social herramienta de inclusión para desafiar los puntos de vista estereotípicos, especialmente en los medios, de las personas sin hogar. (p. 159)

Esta breve introducción del artículo de Magee también tiene una carga positiva sobre el evento deportivo. Por un lado, señala que esta Copa Mundial tenía como objetivo en su momento, elevar la dignidad y la autoestima, así como generar inclusión de las personas sin hogar por medio del deporte. Más adelante, Magee trata el tema de la exclusión social:

[Traducción] La exclusión social se define como 'una etiqueta abreviada de lo que puede suceder cuando las personas sufren una combinación de problemas relacionados, como el desempleo, las habilidades deficientes, los bajos ingresos, la vivienda deficiente, los entornos de alta criminalidad, la mala salud y el

desglose familiar' y 'el factores múltiples y cambiantes que hacen que las personas sean excluidas de los intercambios, prácticas y derechos normales de la sociedad moderna. 'La participación en actividades deportivas puede ayudar en el proceso de inclusión, y esto ha recibido mucha atención académica. (p. 159, 160)

La INSP, red que cobija medios impresos alternativos, pone el centro de atención en temas sobre la exclusión social a través del deporte. Magee habla sobre cómo se da la exclusión social y cómo el proceso deportivo – en este caso – el fútbol puede ser una alternativa para generar una inclusión social de los marginados. Es una reflexión que va más allá del papel (medio impreso), y que también funge como un realizador de otras actividades para personas en situación de calle.

Para cerrar este apartado, uno de los artículos que resalto es sobre la era digital. Se puede llegar a pensar que los medios impresos son el foco de este estudio, y así lo es, sin embargo, la tecnología para generar contenido narrativo de manera digital parece no solo haber superado al papel, sino al debate académico en torno a los impresos. El trabajo llamado: Citizen activism, conservative views & mega planning in a digital era (Traducción: Activismo ciudadano, opiniones conservadoras y megaplanificación en una era digital) ofrece un panorama sobre lo que se hace al respecto de los movimientos sociales con la tecnología, Trapenberg (2016) habla sobre ello:

[Traducción] Encuentro que los activistas usan los nuevos medios en combinación con las estrategias tradicionales para comunicarse, organizar, comercializar su causa y refinar las tácticas. Los nuevos medios facilitan su canalización de emociones profundamente arraigadas en la producción, el rendimiento y la circulación de contra-narrativas que desestabilizan el proceso de planificación como se entiende convencionalmente. Las respuestas de los planificadores son en gran parte reactivas y están a la altura del desafío. Como resultado, los planificadores que entrevisté están repensando el compromiso cívico en una era digital. (p. 93)

Esta parte introductoria sobre el activismo cívico da una idea de lo que puede ser la tendencia hacia donde se mueven estos movimientos sociales. Es decir, el compromiso de generar contenido alternativo está también en los medios digitales, dejando de lado quizá, a estos medios impresos convencionales que funcionaron en su momento. Trapenberg (2016) menciona al respecto:

[Traducción] Las herramientas digitales permitieron a los participantes producir y seleccionar su propio material, que incluía videos de YouTube, sitios web, publicaciones y tweets, y crear una huella digital que podría durar a perpetuidad. Los activistas ya no dependían de los medios tradicionales, como los periódicos, para seleccionar sus cartas para incluirlas en el periódico. (pág. 109)

Como se ha mencionado, además del salto tecnológico observado para los movimientos sociales, y de esta dispersión semántica para buscar medios impresos relacionados con movimientos sociales, son algunas de las causas por las cuales no se encuentra tanta información relacionada con ello.

Por ello, en el siguiente capítulo se hablará sobre los street papers o revistas callejeras, mismos que tuvieron un gran potencial en los noventa como objeto de estudio y en años posteriores, muy poca relevancia.

2.3. ¿Qué se ha estudiado en torno a los *Street papers* o revistas callejeras?

Este apartado busca dibujar un panorama a través del conocimiento académico que se ha generado en torno a los <<street papers>>. Esta categoría tiene su importancia en esta investigación, debido a que la revista ‘Mi Valedor’ es una producción que está enunciada así misma por su propio proyecto, como un street paper³³ o una revista callejera.

Me gustaría tomar algunas ideas de Swithinbank (1997) “The Street Press: Homelessness, Self-Help, and Social Identity” (Traducción: The Street Press: falta de vivienda, autoayuda e identidad social). En este panorama son medulares las ideas acerca de la “supervivencia” de estos proyectos de periódicos callejeros que ayudan a personas en situación de calle. Al respecto, la autora escribe:

[Traducción] Si bien los periódicos de la calle no van a erradicar la falta de vivienda, permiten a las personas recuperar su participación en la sociedad y desempeñan un papel importante en elevar el perfil de la falta de vivienda entre el público y los funcionarios del gobierno. Como observó John Bird, fundador de "The Big Issue", el éxito de los periódicos callejeros se basa lamentablemente en la tragedia de la falta de vivienda. (pág. 51)

Estas ideas resultan muy pertinentes para esta investigación, ya que, a pesar de la visión positiva que se tiene de estos proyectos sobre revistas callejeras, el común denominador de perspectivas menciona que gracias a estas revistas callejeras, se recuperará parte de la participación de estas minorías, aunque tristemente, están basados o bien, el fundamento de los periódicos callejeros es sobre las personas en situación de calle.

Siguiendo en esta línea de retomar autores debido a que es un todo unificado cuando se habla de estos conceptos, quiero poner de nuevo en contexto el trabajo de Dodge (1999), quien ya fue citado más atrás sobre los *street papers*. De acuerdo a este autor, en su revisión y aproximación a los street papers, toma también visiones de otros expertos en el tema:

[Traducción] Talmadge Wright [...] advierte que aunque "los ojos de las personas se deslumbran y se desvían" al leer el análisis económico, ese tipo de escritura es crucial. De lo contrario, afirma Wright, los periódicos de la calle son "solo otro pequeño negocio para ayudar a algunas personas, salvar la conciencia de los privilegiados y mantener las condiciones tal como existen actualmente". (p. 61)

³³ ‘Mi Valedor’, en su sitio web oficial se describe así, como una revista callejera. Para más información consultar: <https://mivaledor.com/modelo/>

Se trata de una idea sumamente importante para la revisión. Como se ha mencionado anteriormente, predomina una visión positiva sobre estos *street papers*. Sin embargo, como se ha señalado, más adelante de manera teórica se explicará cómo hay rasgos característicos de esta descripción de Wright, citada por Dodge, acerca de que parecen pequeños negocios para ayudar a unos pocos, ‘salvar la conciencia’ de algunos privilegiados, quienes son los encargados del proyecto, pero que mantienen las condiciones tal como existen actualmente. Es decir, un mantenimiento de relaciones asimétricas entre “ayudadores – ayudados”.

Por la problemática de la víctima, categoría que se desarrollará a fondo en el capítulo metodológico, existe un trabajo sobre la representación de adolescentes como víctimas en la prensa. El artículo de Anderson y Tommy Lundström (2007) titulado justamente: “Teenagers as victims in the press” (traducción: Adolescentes como víctimas en la prensa). En este trabajo, se plantea la siguiente cuestión:

[Traducción] Los informes en dos periódicos suecos (un periódico de la mañana y un periódico de la noche) se estudiaron durante un período de cuatro meses y se sometieron a un análisis cualitativo del discurso sobre los adolescentes como víctimas de diversas formas de violencia y malos tratos. Se descubrió que el peligro y las amenazas para los adolescentes eran vistos como de género, y que emanaban de su propio grupo de edad y de fuera del hogar y la familia. (p. 175)

A pesar de que no se habla propiamente de un periódico callejero, sino todo lo contrario, un par de medios impresos de gran tiraje³⁴, es interesante observar cómo, a través del discurso se analizó la representación de jóvenes como víctimas de diversas formas de violencia. Un apego y un vínculo muy interesante sobre “Mi Valedor”, mismo que se desarrollará más adelante, debido a que las narrativas que presenta la revista sobre los temas de pobreza y situación en calle tienen ciertas peculiaridades en el discurso. Siguiendo con Anderson y Tommy Lundström (2007), al respecto de estas representaciones se menciona sobre el tratamiento de las víctimas:

[Traducción] La imagen mediática de los niños no es un reflejo de hechos objetivos, sino una imagen con reclamos e interpretaciones construidas por periodistas. Los diarios pertenecen a los medios de comunicación más influyentes con el poder de definir lo que deben ser vistos como problemas y cómo deben ser percibidos. Es obvio que los medios de comunicación prestan más atención a los adolescentes que

³⁴ Aftonbladet (AB), el más grande (cifras de circulación de 400 000) de los dos periódicos vespertinos de los tabloides suecos con cobertura nacional. [...] Y Dagens Nyheter (DN), el más grande (cifras de circulación 360 000) de los dos periódicos matutinos suecos con cobertura nacional. (p. 176)

a los niños más pequeños y más a los delincuentes que a las víctimas. Sin embargo, en la actualidad, en Suecia existe un interés creciente por las víctimas en la política social y en el trabajo social (Lindgren y otros, 2004), un interés que no se refleja en los medios o la investigación de los medios. (p. 175)

En este sentido, encontramos cómo los autores ven estas representaciones de las víctimas. Es decir, hay una construcción a partir de interpretaciones por periodistas. Una de las ideas más rescatables es sobre el poder que tienen los medios para definir cómo deben ser percibidos y vistos estos problemas. Tal cual se menciona, con relación a “Mi Valedor”, existen una serie de profesionistas y editores del contenido, quienes definen los temas y cómo debe de percibirse a los actores en conflicto, que en este caso son las personas en situación de calle.

Pasando a otros autores, existe un artículo sobre estas revistas callejeras. El trabajo titulado: “Citizens' Publications That Empower: Social Change for the Homeless” (traducción: Publicaciones de los ciudadanos que empoderan: cambio social para las personas sin hogar). Los autores Magallanes y Pérez-Bermúdez (2009) mencionan lo siguiente al respecto sobre el análisis de algunas revistas circunscritas a la red de revistas callejeras “International Network of Street Papers”:

[Traducción] Las publicaciones callejeras pueden empoderar a las personas sin hogar a través de numerosos esfuerzos que pueden llevar al cambio social. El empoderamiento puede lograrse mediante el empleo, como vendedores de revistas y como trabajadores de empresas con orientación social. También puede ocurrir recuperando la autoestima y adquiriendo conocimientos y habilidades a través de cursos de capacitación, terapia de rehabilitación y otros esfuerzos como la universidad de las personas sin hogar. El empoderamiento también se obtiene al dar 'voz a los que no tienen voz', lo que permite a las personas sin hogar publicar sus experiencias, ideas y opiniones en revistas de calle. El empoderamiento colectivo se produce al crear redes locales en solidaridad con las revistas y al construir una comunidad internacional sin hogar que fortalezca estos esfuerzos y aliente las actividades de cambio social. (p. 654)

Lo que buscaron los autores en este artículo es hacer una revisión histórica sobre cómo se han generado estos periódicos callejeros y, a su vez, ofrecer una visión de empoderamiento a través de la venta de la revista y los talleres creativos que la misma ofrece. Incluso, posterior a esta visión, Magallanes y Pérez-Bermúdez (2009) ofrecen una definición sobre los street papers, ellos mencionan:

[Traducción] Los periódicos de la calle son compañías socialmente orientadas que permiten a las personas sin hogar y socialmente excluidas obtener ingresos vendiendo las publicaciones. Este tipo de esfuerzos han beneficiado a las personas sin hogar, los desempleados de larga duración y los inmigrantes documentados e indocumentados al brindarles una oportunidad laboral que cubre sus necesidades de subsistencia. [Pérez-Bermúdez 2007] (p. 655, 656)

Pocos autores mencionan la visión de describir cómo son los periódicos callejeros, sin embargo, ellos ponen en pie una descripción y hasta cierto punto hay un distanciamiento de esta dispersión semántica sobre medios autónomos, radicales, prensa underground u otros más. Un elemento más a rescatar de este artículo, bastante completo, es acerca de, justamente el empoderamiento del que se habla cuando se mencionan las revistas callejeras. Magallanes y Pérez-Bermúdez (2009) dicen al respecto:

[Traducción] El poder es una forma de dominación. Los que no tienen poder pierden el control sobre sí mismos. Muchas personas que viven en la calle han perdido poder sobre sus vidas y a veces están dominadas por drogas, enfermedades, violencia y alienación. Las revistas callejeras para personas sin hogar son formas de empoderar a este sector vulnerable. (p. 657)

A partir de esta visión, resulta interesante cómo se describe el poder que tienen las revistas callejeras. Es una forma bastante compleja, pues supone que el acercamiento de las personas en situación de calle a los proyectos de este tipo, les resultará o les será devuelto ese poder o control en sus vidas, para así alejarse de los vicios. Lo que resulta peculiar, siguiendo más adelante, es esta visión de las revistas callejeras dentro del marco de “medios ciudadanos. Pérez-Bermúdez y Magallanes (2009) lo sitúan de la siguiente manera:

[Traducción] (Citado dentro del artículo) Según Rodríguez (2001), los medios de comunicación de los ciudadanos persiguen un objetivo social, sin fines de lucro, en un intento por beneficiar a las comunidades que a menudo carecen de la tecnología para hacer oír su voz, lo que permite a los colectivos lograr cambios sociales al representar activamente sus códigos sociales y sus sanciones, sus identidades. Estos medios son importantes contribuyentes a la democracia mediática. Como afirma Rodríguez, 'la democratización de la comunicación es un ... proceso complejo (sic). Implica la supervivencia de las identidades culturales, la expresión de la materia simbólica social y cultural marginada y el crecimiento de los grupos subordinados en términos de empoderamiento y autoestima '(Rodríguez, 2001: xii). (p. 655)

Según la visión de estos autores, el hecho de que existan los medios ciudadanos aporta de manera positiva a la condición de las personas en situación de calle porque les ofrecen un acceso al empoderamiento y la autoestima. En otras palabras, hay una visión positiva sobre la producción de estos medios, incluso retoman el caso de “The Big Issue” y la “International Network of Street Papers” como modelos exitosos de ayuda a los “homeless”. Para finalizar, Magallanes y Pérez-Bermúdez (2009) ofrecen su visión muy positiva sobre los medios ciudadanos:

[Traducción] Las publicaciones callejeras son proyectos sociales que pueden empoderar a las personas que viven en la pobreza o en los márgenes de la sociedad. Las publicaciones callejeras disfrutaron de éxito gracias a las personas que publican y venden revistas y / o periódicos, en colaboración con organizaciones, fundaciones e instituciones afiliadas y, en ocasiones, con gobiernos locales o estatales. Estos esfuerzos conjuntos, junto con acciones colectivas contra la pobreza, han tenido un éxito medible entre individuos y colectivos. (p. 662)

Otro punto que resalta en esta publicación es la colaboración al momento de producir revistas callejeras. Los autores ven con buenos ojos que existan organizaciones, fundaciones e instituciones afiliadas publiquen y vendan los periódicos en conjunto. Como se menciona en líneas anteriores, en el discurso parece bastante positivo este proceso colaborativo; sin embargo, más adelante se pone en discusión esta visión, ya que en la revista ‘Mi Valedor’ el contenido no corre a cargo, en su mayoría, precisamente de personas que viven en situación de calle.

Siguiendo con esta revisión, damos paso al artículo titulado: “The politics of reading street papers” (traducción: La política de leer los periódicos callejeros). A cargo de Wiedmer (2010) ella los describe como:

[Traducción] Los periódicos de calle y sus vendedores pertenecen al repertorio urbano contemporáneo de la mayoría de las principales ciudades de hoy. Pero aunque la mayoría de estas publicaciones persiguen un objetivo común: dar voz a los vendedores que pueden estar sin hogar, aislados y desempleados, las economías de los países en los que se venden varían ampliamente, al igual que la iconografía local de la pobreza. Sin embargo, el contenido de todos estos documentos es suministrado principalmente por periodistas y fotógrafos profesionales, y la clase social del público objetivo es aproximadamente la misma en todos los países. (p. 438)

Como se puede apreciar, en el citado trabajo académico de Wiedmer, se puede observar cómo define a los periódicos callejeros y pone en discusión este recurso discursivo sobre “los sin voz”. Esto presupondría que los periódicos callejeros proveen esta “voz” a personas en situación de calle, aunque en realidad el contenido es suministrado por periodistas y en general, por profesionales.

2.4. ¿Cómo se han investigado los medios alternativos en México?

En este apartado se mostrarán los trabajos académicos más importantes sobre los medios alternativos en México. Al igual que en las divisiones anteriores de este capítulo, en el caso de México existe aún más esta dispersión semántica sobre los medios alternativos. Es inevitable ver las categorías de medios comunitarios, participación ciudadana, derechos a la comunicación, hasta otras formas de expresión, como los grafitis.

El primer trabajo académico es de Tiro (1990), quien como tema principal tiene: "Las revistas literarias en el siglo XIX". En su estudio, la autora hace una revisión sobre las revistas literarias en el siglo XIX, en el que menciona:

Nuestras revistas literarias (México) del siglo pasado fueron creadas por los intelectuales de aquella época que tuvieron gran participación y trayectoria en la administración pública del país, así como dentro de las letras mexicanas. [...]

Al desarrollo de la literatura nacional contribuyó notablemente el romanticismo, porque en él, los hombres de letras encontraron el campo propicio para hablar de su afán libertario y de mejoramiento social. [...]

Cabe hacer mención que la literatura de esa época se organizó en formas y usos sociales, como: las reuniones, las conmemoraciones, los actos cívicos, los duelos, los viajes, las recepciones, los discursos, las crónicas y los versos. (p. 194)

Como contexto, resulta relevante retomar este trabajo, pues existe una revisión sobre algunos aspectos fundamentales de las revistas literarias mexicanas. En sí, para ver cómo se han estudiado, desde una perspectiva histórica y sobre todo cómo se ha descrito el contenido que se generó en ellas. Para este primer trabajo resulta interesante ver el uso social que tenían las revistas con las formas del mejoramiento social.

Siguiendo con otros trabajos, presento a continuación uno que se titula: "Comunicación alternativa y derechos humanos" de Regalado (1993). En este documento se presentan las siguientes ideas con relación a lo alternativo en cuanto a la comunicación y los derechos humanos se refiere. El autor menciona:

El conflicto ocasionado por la violación de derechos humanos en manos del Estado y/o de las clases poderosas, ha traído como consecuencia el desarrollo de movimientos políticos y sociales en donde diversos sectores de la sociedad civil generalmente marginados de la toma de decisiones y del acceso a los canales de información de masas, han generado su propio discurso en defensa de los dikeos [el autor utiliza esta

palabra que él mismo explica, deriva al adjetivo griego *díkalos*, que significa ‘lo justo’ o ‘lo recto’, y que por lo mismo, lo vincula para hablar de derechos humanos] (sean en orden social, político o económico), produciendo múltiples y por lo general novedosas formas alternativas de comunicación. (p. i y ii)

En este sentido, el debate mexicano no se aleja tanto de lo que se trata la revista de “Mi Valedor”. Una de las causas por las que surgen estos medios alternativos es por violación de derechos humanos de clases dominantes o bien, por falta de justicia. La revista callejera mexicana busca ser una alternativa, en este caso, con las personas que viven en situación de calle en la Ciudad de México. Siguiendo con las ideas de Regalado (1993), ella se refiere a medios alternativos como:

Hemos introducido el concepto de formas alternativas de comunicación o comunicación alternativa, para referirnos a los procesos mediante los cuales se busca dar respuesta a la situación de dominio de la información rescatando con ello el derecho a la comunicación humana en su sentido más profundo, lo que pasa necesariamente por un proceso de democratización de la esfera comunicación – información. (p. 39)

Resaltando esta idea de comunicación, va mucho de la mano sobre cómo se ha dirigido el debate de las formas alternativas para la comunicación. Este concepto que inserta Regalado en su discusión se trata sobre un derecho a la comunicación humana a través de un proceso de democratización. Algo similar, como ya se ha dicho antes, con el objeto de estudio de la presente investigación, la revista callejera “Mi Valedor”.

Uno de los temas que, como se ha dicho anteriormente, se vincula mucho con los medios alternativos y movimientos sociales es sobre Periodismo civil. En este sentido, presento el trabajo de Uribe (1994) titulado, justamente, “Periodismo civil como comunicación alternativa : voz pública”. En dicha investigación se plantea la siguiente cuestión relacionado con lo alternativo y la voz pública:

El periodismo civil es un movimiento político democrático en continua formación y perfeccionamiento, su base es el ciudadano, el protagonista, quien, informa, analiza, critica, edita y exige la información del presente, siempre y cuando sea veraz.

Tiene tres objetivos básicos:

- Abrir espacios en los medios de comunicación para ser utilizados por el ciudadano.
- Establecer o entablar un diálogo del ciudadano en un nivel igualitario con cada uno de los representantes del abanico político del país, así como los sectores industriales y la iniciativa privada.

- Derivar en una acción de ese diálogo obtenido, y que no quede solo en palabras.

Los objetivos planteados por el periodismo civil son interesantes y hasta cierto punto muy necesarios en la actualidad, ya que pocas veces como ciudadanos tenemos la oportunidad de ser escuchados por alguna autoridad en el país [...] (p. 9, 10)

Como se ha recalcado anteriormente, “Mi Valedor” no es precisamente una línea pura del periodismo civil, aunque se construye a partir de algunas herramientas de esta disciplina, así como de otras más. Sin embargo, estas líneas de apego al periodismo civil van de la mano al querer buscar y abrir espacios de comunicación como una forma de diálogo y de pedir escucha sobre temas que le resultan interesantes a los ciudadanos.

Dando entrada a una nueva discusión sobre el estudio de los medios alternativos pongo dentro de esta revisión el trabajo de Espino (1996) titulado: “La vida en el limbo, historieta urbano-mexicana de los noventa, una alternativa de comunicación”. Esta aproximación a la historieta se visualiza de la siguiente manera:

¿Por qué realizar un análisis de “La vida en el limbo”?

Por considerarla una alternativa de comunicación en el sentido de que busca formal y temáticamente propuestas diferentes a las que dominan la industria historietil (sic.) mexicana.

Por ser una historieta que tiene varios elementos que la hacen novedosa ante otras publicaciones comerciales y no comerciales. Y porque en ella se muestran imágenes urbanas y relatos “poéticos” a través de una combinación de lo popular con lo intelectual y de lo espiritual con lo material. (p. 7)

Este párrafo introductorio sirve como contexto para entender que el estudio de las formas alternativas de comunicación va de la mano al entender que son producciones que buscan hacerle frente a aquellas que son dominantes, en este caso es el análisis una historieta, que por sus características no deriva de esta gran industria de historietas dominantes. Además, las temáticas que trata se posicionan en un lugar distinto – es decir, son temáticas urbanas y “populares” – que muchas veces guardan relación con los estratos más bajos de la sociedad. Muchas similitudes con la revista “Mi Valedor” en cuanto a temáticas.

Hablar de medios alternativos no solo compete a estas líneas de contenidos textuales que se han presentado. Existen manifestaciones visuales, mismas que no cuentan con una adquisición económica del consumidor, sino que, al contrario, se encuentran en el espacio público. Me refiero al grafiti. Siguiendo con esta revisión, presento el trabajo de Montes (2000) titulado: “Grafiti: voz alternativa en las calles de la Ciudad de México”. El autor menciona como punto clave de la comunicación alternativa:

Hablar de lo alternativo en el ámbito de la comunicación es hablar de otra comunicación “expresión distinta” a lo que habitualmente estamos acostumbrados a escuchar y a observar, es decir, aquella donde los mediadores son los medios masivos de comunicación.

La comunicación alternativa se contrapone a la comunicación dominante, lo alternativo en este enfrentamiento resulta ser lo “otro”, lo diverso, lo que no se atiene a las reglas impuestas por el sistema imperante. [...]

Comunicación alternativa es un término que frecuentemente escuchamos y repetimos para calificar algunas acciones y/o decisiones, forman parte de nuestro vocabulario aun sin saber realmente su significado. Lo alternativo en comunicación no existe como una definición estable ni puede existir, pues depende de la coyuntura concreta de cada panorama comunicativo por ello más que hablar de comunicación alternativa hay que referirse a elementos alternativos en la comunicación. (p. 13)

Derivado de una manifestación cultural importante, como lo es el grafiti, resulta muy pertinente resaltar las ideas sobre lo alternativo. Montes lo menciona muy bien en su panorama introductorio: lo alternativo tiene muchas acepciones, por ende que no hay una forma estable para definirlo, y menos en comunicación; sin embargo es preciso rescatar que es indispensable conocer el contexto en el que se desenvuelve ese concepto. Siguiendo con las ideas de Montes (2000) afirma lo siguiente:

La comunicación alternativa es un fenómeno que data de la época antigua y que hoy en día los “marginados” utilizan como respuesta a esa supuesta marginalidad y represión ejercida por la “multifacética mano opresora” denominada “autoridad”. El grafiti es la voz alternativa, no reciente ni novedosa que recorre sin rumbo fijo la Ciudad de México; es una expresión, a la cual se le ha dado la continuidad a través de la historia del tiempo y que ha llegado hasta nuestros días a través de diversos grupos sociales (el hombre primitivo, los griegos, los hebreos, los egipcios, los aztecas entre otros. (p. 28)

Este contexto del grafiti se apega notablemente a este marco de los medios alternativos en cuanto se habla de marginados. Un tema complejo, ya que muchas veces estas minorías se vuelven a enmarcar en otros contextos – como poblaciones vulnerables o excluidas – además de tener todo en contra, viéndose a sí mismos como víctimas. Un sentido de escucha y visibilización parece formar parte del discurso de los llamados medios alternativos.

Retomando esta línea de marginados o poblaciones excluidas, presento el trabajo de Negrete (2004) “La prensa escrita en Xochimilco como medio de comunicación alternativa, retos y posibilidades, 1994 - 1995”. En este estudio, el autor plantea:

Esta investigación está encaminada para que los grupos sociales como: consejo de pueblos y barrios de Xochimilco, los floricultores y agricultores, estudiantes, líderes de comités distritales, los editores de periódicos y población en general participen en la elaboración de materiales periodísticos, con el fin de organizar y concientizar a la comunidad para dar soluciones e incentivar un desarrollo.

Es un modelo que representa un cambio social que se traduzca en el mejoramiento del nivel de vida de la población [...]

Con este panorama, la comunicación a través de diversos canales y con un proceso en el que transmitan mensajes de una fuente a uno o más receptores tiene la capacidad de introducir imágenes, datos e información para provocar el derrumbe de los estereotipos que imponen los medios de comunicación capitalista en la vida cotidiana. (p. 10 y 11)

Nuevamente, como planteamiento introductorio sobre el estudio de medios alternativos, el común denominador para abordar este tema radica en buscar la participación de otros sectores sociales con el fin de buscar desarrollo, además de la búsqueda de un mejoramiento de nivel de vida de la población, o bien, un cambio social. Pareciera inevitable tocar esos temas al momento de hablar de medios alternativos. De igual forma, se mira a los medios masivos como una forma dominante de imposición y que, derivado de esta percepción, es como se generan las alternativas.

Para cerrar esta revisión de literatura sobre los medios alternativos presento el trabajo de Hernández (2012), quien habla sobre: "Comunicación alternativa como ejercicio de ciudadanía. El uso de medios de comunicación alternativa para el desarrollo de la participación desde la sociedad civil. Análisis de tres casos latinoamericanos". El autor menciona al respecto:

Los medios alternativos de comunicación parecieran ser un nuevo momento (virtuoso) dentro de un proceso en el que los hábitos de consumo, el desarrollo tecnológico, la tendencia social hacia el aislamiento y la falta de solidaridad, convergen en un producto que es extremadamente rentable, debido a que provee la sensación de pertenencia y cohesión social, dentro de un espacio que permite a los individuos y comunidades identificar horizontes (a veces fragmentados y particulares) que den cabida a sus preferencias, su lenguaje y al significados de sus acciones. (p. 3)

Este trabajo se centra principalmente en la experiencia de la comunicación a través de internet; sin embargo, los mismos puntos de convergencia sobre medios alternativos vuelven a salir a flote: pertenencia y cohesión social o bien, como un espacio donde convergen individuos y comunidades para significar sus acciones. Sobre lo alternativo frente a lo hegemónico, Hernández (2012) plantea:

A partir de las tres experiencias mostradas en el capítulo anterior, es posible identificar algunas características que corresponden al ejercicio propio de estos medios, como la horizontalidad en su organización, su contacto directo con los grupos vulnerables y en sentido general con diversos actores de la sociedad civil, así como el diferenciarse de la agenda que imponen los grandes medios e instituciones, entre otros rasgos.. [...]

El ser alternativo se refiere, por tanto, a la producción autónoma de contenidos de incidencia y relevancia social [...] (p. 122 y 123)

Nuevamente, existe esta visión de generar un diálogo desde otros sectores de la sociedad a partir de los medios alternativos, recalcando, que el enfoque está en internet y no precisamente en un medio impreso o bien, una revista callejera. Se resalta la horizontalidad que presentan estos medios alternativos, es decir, rompen con estas estructuras jerárquicas de los medios tradicionales. Un rasgo más a destacar sobre la visión de estos medios es su vínculo fuerte con grupos vulnerables y otros grupos de la sociedad civil.

2.5. ¿Qué se ha publicado sobre personas en situación de calle en México?

Para este apartado, el punto focal estará centrado en los estudios académicos que existen sobre las personas en situación de calle en México. La razón fundamental es que, al no existir estudios de la revista “Mi Valedor” – producción que busca atender a personas con dicha condición –, es importante resaltar cómo se han estudiado a estas poblaciones. En otras palabras, es una forma de contextualizar el problema de la exclusión a través de la disciplina de la comunicación.

Un trabajo destacado es el de Martínez (1992) titulado: “Un acercamiento a la problemática de los niños de la calle de la ciudad de México”. La autora aborda a los niños en situación de calle, no los adultos; sin embargo, el contexto que ella visualiza sobre los niños de la calle es:

En nuestro país existen innumerables problemas tales como la migración, desempleo, drogadicción, hacinamiento, desintegración familiar, desorganización institucional, alcoholismo, etc., los cuales empeoran a medida que la crisis económica y política se agudiza. [...]

Ante esta situación de pobreza, los niños son lanzados a la calle a trabajar, o en caso contrario ellos mismos desertan de sus hogares, para encontrar un medio de subsistencia, tal es el caso de los niños de la calle, menores que viven en la calle realizando en ésta, todas sus actividades de sobrevivencia, tales como dormir, comer trabajar, etc.

Los niños de la calle, de esta manera se convierten en un estrato de la población portavoz de toda una problemática social, como también de más alto riesgo, la más vulnerable al mundo del consumo de drogas y a la delincuencia, sufriendo estragos irreversibles en su salud física y mental. (p. 1 y 2)

Como contexto introductorio, la autora mira a este sector de la población mexicana como un problema complejo, que se resume a una crisis económica y problema de crecimiento demográfico. Además, la mirada se centra en el discurso de la vulnerabilidad por el consumo de drogas y la delincuencia que tiene como consecuencia ser parte de una población callejera. Siguiendo esta perspectiva, Martínez (1992) menciona con respecto a las instituciones que abordan dichas problemáticas:

[...] Se recurrió a las instituciones privadas que trabajan directamente con los niños de la calle, al igual que se solicitó la colaboración de los educadores de calle de cada una de las instituciones visitadas.

Por otra parte, la respuesta de dichas instituciones no fue completamente satisfactoria pues estas organizaciones muestran demasiada resistencia hacia los estudiantes, sus razones son que no hay una retroalimentación por parte del estudiante hacia la institución. Solo obtienen la información deseada y jamás regresa, por lo que ya no están dispuestos a dar información. (p. 102)

Resalto la actividad de este actuar y conflicto que Martínez encontró en su investigación debido a que es interesante visualizar cómo, en este tipo de investigaciones con poblaciones vulnerables o excluidas muchas veces se limita la información por parte de las instituciones y autoridades competentes. Esta idea será sujeta de desarrollo en la discusión para esta investigación sobre “Mi Valedor”, un tema de ciertas dificultades para recolectar información sobre dicho proyecto.

Pasando a otra investigación, cito el trabajo de Guerra (1997) titulado “El maltrato a los niños trabajadores de la calle. El caso de la delegación Venustiano Carranza”. Siguiendo con la línea de niños en situación de calle, el autor menciona:

En la actualidad el trabajo y la explotación de los niños se da en muchos campos de la actividad laboral, pero sobre todo, en el empleo informal por ser uno de los sectores en donde se tiene menor control sobre el trabajo de los menores, pues debemos recordar que el trabajo de los niños está prohibido por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, pero a pesar de ello observamos que la explotación de los niños por medio del trabajo se da en la industria, el comercio, los servicios y el empleo doméstico, pero sobre todo en las calles [...] (p. 2)

Sitúo esta visión del autor como parte de la revisión de la literatura debido a que trata sobre el trabajo en la calle, otro de los elementos que guarda una relación con la revista callejera de “Mi Valedor”. Es cierto, esta revista no emplea a niños; sin embargo, las poblaciones vulnerables – tanto niños, como adultos – desempeñan estas labores de trabajo en las calles. Una de las causas, como se ha remarcado con anterioridad, es que “Mi Valedor” busca ser un ingreso legítimo de dinero a través de la venta en calle, esto puede ser visto como un condicionante económico, de igual forma que los niños en situación de calle. Al respecto, Guerra (1997) menciona al respecto:

Se considera que la crisis económica por la que atraviesa el país es una de las principales causas que han propiciado que un gran número de niños trabajen en las calles; lo que en cierto grado puede considerarse afirmativo aunque no determinante, ya que la mayoría de los niños entrevistados en el estudio de campo realizado, manifestaron que trabajan en la calle por necesidad familiar. (p. 74)

Revisar este tejido del problema práctico sobre las personas en situación de calle, entender que la causa económica – por falta de oportunidades laborales – incita al trabajo en la calle, que bien puede ser visto como una alternativa ante las crisis económicas. Volviendo al punto, tanto niños como adultos encuentran en la calle un espacio para adquirir dinero, unos de manera legal, otros no tanto, pero la calle se vuelve un punto importante para desarrollar dicha actividad económica.

Otro de los trabajos que se adecúa a la discusión sobre las personas en situación en calle es el de García e Iraís Salazar (2007) quien tituló su trabajo como: “La identidad de los jóvenes en situación de calle y la participación del trabajo social: el Jardín de la Soledad, un caso de estudio”. Las autoras mencionan al respecto:

Cualquiera puede darse un paseo por algunas de las calles de la Ciudad de México y a su paso encontrarse con diferentes personas, ya sea niños, jóvenes o adultos, hombres o mujeres que viven en la calle. Los podemos ver caminando por ahí, pidiendo dinero, vendiendo dulces, limpiando parabrisas, comiendo o drogándose. Para estas personas la calle se ha vuelto su lugar de referencia, ahí establecen sus principales relaciones [...]

La identidad es un proceso subjetivo y dinámico que posiciona a los individuos de una manera específica dentro de un contexto social. Los individuos o sujetos que se sienten identificados como colectivo comparten un sentimiento de lealtad y pertenencia, que se relaciona a las representaciones sociales que tienen en común. En algunos casos, las representaciones sociales funcionan como estigmas y generan situaciones desfavorables y de sufrimiento en algunos grupos [...] (p. 7 y 8)

En este sentido, se habla de un proceso de socialización por parte de personas en situación de calle que viven y convergen en sitios similares – para el caso de la investigación de García e Iraís Salazar, el jardín público de La Soledad en la colonia Merced de la Ciudad de México –. Lo que la autora resalta es que hay procesos de relación entre ellos mismos y es como a través de estos construyen su propia identidad. García e Iraís Salazar (2007) explica sobre dicha <<identidad>>:

La identidad social es posible, en parte, gracias a un autoconcepto (sic) y representación social compartida. En este caso, el grupo de jóvenes se viven y se identifican a sí mismos, como aquellos depositarios de la violencia que han vivido. Ellos se asumen como “los de la calle” y por lo tanto deben vivir como tales, sin la posibilidad de aspirar a actividades, roles o incluso, derechos, que otros, diferentes a ellos pudieran tener. (p. 152)

La autora refiere y estudió entonces, que las personas en situación de calle se auto-representan a sí mismas, como “personas en situación de calle”, un concepto fundamental para esta tesis. Debido a que más adelante, en el análisis de esta investigación sobre “Mi Valedor”, una de las interrogantes clave es describir cómo se auto-representan las personas en situación de calle que trabajan para la revista callejera – dentro del discurso de la misma producción impresa –.

Para cerrar esta revisión sobre cómo se han hecho trabajos científicos sobre las poblaciones en situación de calle, cito el trabajo de Trejo (2012), mismo que se titula: " Diseño de un programa de

alfabetización para jóvenes en situación de calle que se encuentran dentro de la institución casa alianza".

En el presente trabajo, el autor aborda de la siguiente manera la problemática:

El motivo por el que me interesó llevar a cabo esta investigación fue porque al estar realizando mi servicio social dentro de la Institución Casa Alianza en el Distrito Federal, zona Centro Sur, con niños de un rango de edad de 12-17 años, de sexo masculino, tuve la oportunidad de llevar a cabo algunas actividades como: taller de autoestima, realización de cartas, taller de oración, filosofía y principios, etc., y fue por aquí donde pude percatarme que algunos niños no saben leer ni escribir, lo que les impide integrarse de una manera adecuada a las actividades.

Es por esta razón que la presente investigación de carácter pedagógico tiene como propuesta la creación de un Programa de Alfabetización logrando con esto que los niños tengan la oportunidad de contar con las herramientas necesarias para su desarrollo dentro de la institución y poder reintegrarse a la sociedad. (p. 3)

Por un lado, el Trejo (2012) observa este problema práctico de un grupo de personas en situación de calle que no cuenta con los elementos básicos para leer y escribir. Y desde su disciplina, la Pedagogía, menciona que existe una propuesta de programa de alfabetización con el objetivo de desarrollar las habilidades de los niños y que exista una reintegración social. Es decir, aparece este común denominador cuando se habla de poblaciones callejeras que, a través del desarrollo profesional es una salida para la reinserción social. Más adelante, Trejo (2012) menciona:

No hay que perder de vista que la importancia de la alfabetización será que las personas puedan concluir con un grado educativo adecuado, sin exclusión de ningún tipo (raza, color, idioma, posición económica), otorgándoles la capacidad de aprender a escribir y a leer, con el fin de que estos puedan comunicarse unos con otros, y así adquieran las habilidades necesarias permitiéndoles participar en diversas actividades que se lleven a cabo en la comunidad. (p. 124)

Es decir, en la investigación de Trejo (2012), la problemática de exclusión social debe atenderse por medio de la alfabetización, con el fin de alcanzar un mayor entendimiento entre las personas que no cuentan con dichas habilidades. Similar a lo que defiende y realiza "Mi Valedor", la revista que imparte talleres creativos, narrativos y artísticos con el objetivo de, según dicho proyecto, generar contenido para la revista hecho por personas en situación de calle y que tengan herramientas para salir de su condición de <<excluidos>>.

Como se ha podido apreciar en estos trabajos académicos mexicanos, existen líneas cercanas y enfoques similares a lo que hace la revista callejera "Mi Valedor". Es decir, hay un posicionamiento positivo del debate acerca de que las herramientas profesionales – que busquen ser parte de las personas

en situación de calle – serán una de las tantas formas de erradicar la exclusión social. Sin embargo, no se encontraron trabajos académicos específicamente de la revista “Mi Valedor”.

2.6. Identificación de las deficiencias o huecos en el conocimiento científico acerca del problema de investigación

Uno de los huecos en el conocimiento científico que se identificó es que no existen trabajos que permitan conocer de manera tangible el pensamiento de las personas en situación de calle. Es decir, existe una relación jerárquica de: Sujeto Investigador – Sujeto investigado en cuanto se habla de las personas en situación de calle. Se habla de manera positiva de los proyectos de alfabetización a personas en situación de calle; sin embargo, no se ahonda en cómo funcionan ni en cómo se sienten las personas beneficiadas por dicho proyecto.

Otra de las deficiencias encontradas es que en muchos trabajos académicos no se profundiza en el discurso construido por las personas en situación de calle. Es decir, no se plasma una visión analítica – crítica de los contenidos que producen las personas en situación de calle. Por ejemplo, la revisión de la literatura que se hace sobre la INSP, solo menciona cómo opera el modelo económico de la venta de las revistas callejeras, mas no pone en discusión los contenidos de la revista ni cómo fueron producidos. Elementos que esta investigación sí ha tomado en cuenta para describir a la revista callejera mexicana de “Mi Valedor”.

Sin duda, un tercer elemento ha sido la dispersión semántica que se ha recalcado a lo largo de esta revisión de la literatura al momento de hablar de “Medios alternativos”, “Movimientos sociales”, y “Revistas callejeras”. Es decir, muchos elementos pueden ser susceptibles de ser vistos como alternativos– siempre y cuando se contrapongan a los medios dominantes –, y otros tantos elementos pueden ser vistos como movimientos sociales, siempre y cuando hagan frente a una coyuntura social –. Además, muchas veces el periodismo ciudadano, cívico o social guarda un vínculo con las revistas callejeras, mientras que éstas últimas solo retoman algunas herramientas para generar sus contenidos, mas no se entienden como periodismo como disciplina.

CAPÍTULO III. LOS MEDIOS ALTERNATIVOS DESDE LA PERSPECTIVA CRÍTICA

Para este capítulo se realizará la introducción sobre las ideas fundamentales o elementales del pensamiento crítico o bien Teoría Crítica, paradigma que cobija la presente investigación. Posterior a esta revisión de ideas, existirá un apartado sobre las conceptualizaciones que se tienen sobre <<ideología>> y <<discurso>>, ambos a definir dentro del marco de los medios alternativos.

Una vez abordada la estructura del pensamiento crítico, será enunciado el paradigma principal con el que se le da sentido a la revista callejera mexicana “Mi Valedor”, ello a partir del encuadre de *Alternative media* del autor Chris Atton. Dentro de esta revisión del paradigma, en la que se pondrán conceptos y definiciones sobre los medios alternativos, se realizará una serie de reflexiones sobre los puntos de convergencia sobre el objeto de estudio de la revista “Mi Valedor”.

Posteriormente, el cierre de este capítulo contendrá las preguntas de investigación que le dan sentido a este trabajo. Para esta parte, se presentará cómo fue elaborado el esquema de trabajo para precisar y significar las preguntas con relación al problema práctico de la revista de “Mi Valedor”.

3.1. Algunos comentarios sobre la tradición intelectual del pensamiento crítico

Para este apartado, realizaré una revisión de algunas ideas elementales para contextualizar esta investigación en términos de la tradición intelectual del pensamiento crítico. Para ello, utilizaré la aproximación a la historia de este pensamiento a través del enfoque del autor Jesús Galindo Cáceres con su trabajo titulado “Sociología crítica y Comunicología. Configuración y trayectoria de una fuente científica histórica del pensamiento conceptual sobre la comunicación”, un trabajo que fue realizado desde la Universidad de Almería, por medio del Departamento de Ciencias Humanas y Sociales y el Área de Teoría e Historia de la Educación.

Una de las ideas clave que menciona Galindo (2006) en esta revisión es sobre la teoría crítica es que la historia temprana de este paradigma es:

La crítica es el concepto básico del camino hacia una teoría crítica o una Sociología crítica. La palabra está cargada de connotaciones en nuestro idioma español. Y la confusión puede iniciar con el uso de la palabra a partir de contextos conceptuales distintos sin aclarar la situación. [...]

La crítica aparece en la filosofía alemana como un elemento trascendental o práctico instrumental exterior al movimiento de la vida social. La crítica forma parte de la configuración filosófica de la razón, observa su composición y organización. La razón es el orden, la verdad, el ser, lo primordial. La crítica se desdobra de la razón para su aclaración y superación en la oposición del mundo de la necesidad (naturaleza-ciencia) y el mundo de la libertad (moral-vida social). Aparecen entonces dos formas del trabajo intelectual trascendente, la razón y la crítica de la razón. La ideología de la razón y la crítica de la ideología de la razón. (p. 15)

Como menciona el autor, para comenzar la revisión de la teoría crítica es preciso poner el foco de atención en la misma palabra <<crítica>>. Los conceptos que le rodean son de carácter filosófico, quizá uno de los más importantes es <<la razón>>. Cuando se habla de un trabajo de carácter crítico, es entonces que se está apelando a las definiciones que enmarcan a dicha <<razón>>, que son el orden, la verdad, el ser y lo primordial. Siguiendo con este camino de la crítica, Galindo (2006) enuncia lo siguiente con relación al trabajo de Kant:

Para nuestra ruta seleccionada todo empieza con Kant. [...]

Kant desarrolla su proyecto crítico en tres momentos. En tres críticas: [...]

1) Primera crítica. (De la razón pura) Entendimiento. La razón instrumental, sólo la Física de Newton y la matemática.

2) Segunda crítica. (De la razón práctica) Razón y Ética. Racionalidad sustantiva. En ella se apoya la Escuela de Frankfurt.

3) Tercera crítica. (Del juicio) Reformula la separación de la 1a y la 2a. Intento de un puente. El arte como finalidad. Frankfurt la también la ensaya.

El interés en presentar aquí una imagen del programa kantiano es sólo para mostrar su vínculo con Frankfurt, que siguió con mayor atención el compromiso con este programa que el marxista. Al asumir la crítica no necesitaban más para desarrollar una propuesta de sentido emancipador, liberador. (p. 17 y 18)

Presentar esta ruta del pensamiento Kantiano, tal como lo menciona Cáceres, abre líneas sobre la transformación del concepto de la <<razón>>. Pasó por un estadio instrumental, que se atenía al pensamiento instrumental a partir de la Matemática y la Física de Newton. Posteriormente, tomó conceptos sobre la razón a partir de la Ética, de la cual se apoyó la Escuela de Frankfurt, para posteriormente derivar en la razón en un sentido emancipador o liberador. Una vez explicado este origen, Galindo (2006) habla sobre la concepción hegeliana, de la cual se menciona lo siguiente:

Con Hegel aparece un asunto que moverá a su tiempo e impactará en forma directa a Frankfurt, la crítica de la ideología, es decir, de la razón con pretensiones de pureza, que sólo enmascara o legitima una dominación, una irracionalidad en la forma de vida que promueve, como es el caso de la sociedad industrial capitalista. (p. 20)

Parte de estas ideas guardan un vínculo con esta investigación, debido a las herramientas para realizar un análisis del discurso. Es decir, la aportación científica de este trabajo académico se basa en utilizar métodos de análisis crítico del discurso para develar estas líneas de dominación en el discurso o bien, en el contenido narrativo de la revista callejera mexicana “Mi Valedor”. Tomando en cuenta que en cualquier producción material de la cultura existen modos de operación de la ideología o bien, significaciones sobre ciertos temas, en este caso, las poblaciones vulnerables o excluidas – personas en situación de calle en la Ciudad de México – que viven en estas condiciones.

Al haber definido entonces la concepción <<crítica>> a través de algunos de sus exponentes clave, Galindo (2006) menciona al marxismo. Sobre esta corriente, que también es parte de esta discusión de la crítica, el autor menciona:

El marxismo tiene su propio desarrollo crítico en la vertiente que surge de Hegel en el pensamiento dialéctico, ese que propone la negación, la oposición constructiva entre pensamiento y acción, entre pensamiento y realidad activa. En un principio quien plantea esa dialéctica marxista es Engels . El punto

clave en su propuesta es que la dialéctica deja de ser juego dinámico de ideas, de pensamiento, para convertirse en el juego dinámico mismo del cambio material del mundo, del cual el pensamiento es una parte. La dialéctica permite comprender los cambios históricos (materialismo histórico) y los naturales (materialismo dialéctico). En este sentido forma parte de la matriz del pensamiento dialéctico hegeliano, pero en una nueva ruta, la materialista. (p. 23)

Como se menciona con anterioridad, lo crítico guarda una estrecha relación con la comprensión de los movimientos sociales o bien los cambios históricos. Es entonces que el marxismo, valiéndose del pensamiento dialéctico es como se permite ver estos cambios históricos (mismos que son vistos como “materialismo histórico”). Es aquí donde se adquiere la relevancia de este pensamiento filosófico, debido a que las revistas callejeras son parte de estos movimientos sociales que inevitablemente desembocan en la parte de la comprensión de los cambios históricos.

Dando paso a otras visiones sobre el pensamiento crítico, Galindo (2006) sitúa la revisión histórica dentro de la Escuela de Frankfurt, de la cual, retoma el pensamiento crítico de la siguiente forma:

La Escuela de Frankfurt es un proyecto político-social elaborado por un grupo de investigadores sociales marxistas. Su propuesta general es la crítica de la ciencia burguesa y el movimiento emancipador de la sociedad capitalista. [...]

Su lectura de base sobre la vida social es que el capitalismo se encuentra en un proceso de transformación inexorable hacia formas monopólicas y reguladas por el Estado, se está presentando la transformación de un Estado liberal a un Estado autoritario. [...]

En el todo social se extiende y penetra la dominación. La sociedad se encuentra sometida a fuerzas sociales que la cosifican y que la convierten en algo ajeno para sus creadores, los hombres. La cultura es el lugar en donde mejor se concentran y expresan esas fuerzas, la cultura administrada o industrial de la sociedad de masas. La teoría es crítica, muestra el carácter irracional de la realidad cosificada, producto de la dominación. (p. 26, 28)

De esta presentación, resulta fundamental rescatar las ideas de que la teoría crítica surgió como un proyecto que buscó en su momento hacer, justamente, una crítica de la ciencia burguesa y el movimiento emancipador del capitalismo. Se habla de dominación por parte de prácticas monopólicas, que se pueden traducir en relaciones asimétricas de poder, en las cuales existen, evidentemente, dominados y dominadores y una tensión constante entre estas fuerzas.

Para cerrar, es preciso de igual forma, resaltar algunas críticas sobre el pensamiento crítico, mismo que Galindo (2006) sitúa de la siguiente manera:

- 1). La teoría crítica es una teoría particular de una sociedad particular, que se generaliza por afanes de universalización. Propuesta eurocéntrica con aspiraciones universales. En un principio pensaban sobre lo que tenían enfrente, de pronto eso parece generalizarse. Frankfurt depende mucho para emerger del nazismo y de la condición judía.
- 2). La propuesta de crítica es de una clase específica, de un grupo intelectual que continúa la tradición de la filosofía alemana. El instituto se forma en circunstancias particulares, con enemigos y aliados locales. El discurso no podía ser equivalente al de los partidos o militantes, a sus pensadores les preocupaba la crítica en general antes que la crítica de clase.
- 3). Crítica de una Sociología norteamericana de la cual fueron contemporáneos sus fundadores, con una visión parcial del proceso sociológico universal. Trabajan con los recursos que critican de la Sociología norteamericana. El propio Habermas hace crítica de sus maestros. El pensamiento sociológico debe tomar en cuenta todo tipo de recurso a la mano. No todo es dialéctica y especulación, hace falta datos empíricos. (p. 35 y 36)

Uno de las líneas que hay que tomar en cuenta sobre este pensamiento crítico es sobre la universalización. Es cierto, es una visión que inevitablemente toma el carácter de hacer generalizaciones. Por eso, es muy importante hacer hincapié en las fortalezas y debilidades de todo pensamiento crítico, existen vacíos o puntos ciegos al momento de estudiar algún fenómeno. Sea cual sea su especificidad.

3.2. La teoría crítica y los estudios sobre medios alternativos de comunicación

Esta sección se retomarán algunas ideas sobre la teoría crítica y su vínculo con la comunicación y los medios alternativos de la misma disciplina. Como se ha mencionado en apartados anteriores, al hablar de medios alternativos es inevitable no mencionar los movimientos sociales y otros conceptos que guardan estrecha relación con dichas alternativas. Para este mismo panorama, se ponen en pie los conceptos de Jesús Galindo Cáceres con la misma obra que se citó en el primer apartado de este capítulo.

Dando paso a esta revisión, Galindo (2006) menciona el vínculo de la teoría crítica en Comunicación a partir de la noción latinoamericana:

La comunicación aparece en nuestro medio latinoamericano en los sesenta, aún considerando los antecedentes que se proponen en la historia oficial incluso desde los años treinta. Esta confusión entre periodismo y comunicación nos ha traído muchas confusiones y polémicas interesantes. La situación es que existe una aceptación general oficial en que las escuelas de comunicación son una extensión de las escuelas de periodismo, y por tanto el espacio conceptual de la comunicación viene del pensar a la prensa. Y esa es quizás una de las pistas para entender la politización de las escuelas de comunicación propiamente tales a partir de los sesenta. (p. 37 y 38)

Dentro de este contexto es importante subrayar cómo en el contexto latinoamericano se adaptaron las ideas del pensamiento crítico por medio de la disciplina de la comunicación. Es decir, al mencionar esta absorción de la teoría crítica, su centro de atención radicó principalmente en el periodismo y comunicación, lo cual ha generado algunas confusiones y polémicas sobre lo que persigue cada uno de manera individual. Al respecto, Galindo (2006) abona al contexto histórico:

El periodismo en el mundo occidental y en América Latina en particular está cargado del espíritu liberal que lo inspira desde el siglo XIX, el derecho a la libertad de expresión, dentro del marco de las libertades individuales, y el efecto de ese derecho en afectar a la opinión pública, politiza al mundo de periodismo desde sus orígenes. Este medio politizado es el que recibe a las escuelas de comunicación cuando la agenda del periodismo académico se abre a otros medios de difusión, como la radio, el cine y la televisión. (p. 38)

Estas ideas conciernen a la presente tesis, debido al estrecho vínculo del periodismo con las revistas callejeras. Desde esta perspectiva teórica, tanto el periodismo como dichas revistas callejeras tienen el componente emancipador, es decir, el derecho a la libertad de expresión. Dentro del discurso del

proyecto de “Mi Valedor” se busca “dar voz” a personas en situación de calle o bien, valerse de esta libertad de expresión para “visibilizar” las poblaciones vulnerables.

Derivado de este entendimiento sobre la crítica, Galindo (2006) explica sobre el contexto latinoamericano y los medios:

- 1). Los medios de difusión no son una buena noticia para la construcción de la democracia, como lo afirma el funcionalismo. Esta tesis es clave para la percepción de los medios desde una perspectiva crítica de izquierda, en este caso más cercana al pensamiento complejo que al simple. Pero ambos coincidirían en ella.
- 2). Los medios de difusión son medios de producción y transmisión de cultural. Esta afirmación también es clave. La ideología es el corazón del análisis crítico, la cultura es la forma general de la ideología.
- 3). Los medios aparecen bajo sospecha de violencia simbólica. Esta premisa también es clave, los medios no sólo son los grandes difusores de la ideología dominante, sino que esa ideología y la forma en que es difundida son dañinas, son perversas en sus efectos sobre los receptores. Esto se generaliza incluso a los trabajos sobre recepción activa.
- 4). Los medios son medios para el poder y la dominación. Esta conclusión de las premisas previas está presente aún en los ensayos menos explícitos. Lo medios en cualquier caso son instrumentos del poder y la dominación, aún en los casos en que la intención sea la emancipación. Este es el punto más polémico de todos. (p. 50)

Al resaltar estos puntos de carácter polémico cuando se habla de los medios es importante vincularlos con el objeto de estudio de la presente investigación. Sin duda, uno de los más relevantes es el número cuatro de la lista, el cual expresa que, independientemente de cualquier tipo de medio que sea, éste está trasminado por lógicas de poder y dominación – incluso, cuando la intención sea sobre la emancipación. La revista “Mi Valedor” supone, como se ha dicho anteriormente, ser un vehículo de trabajo alternativo – que por su carácter no involucra de manera concreta un contrato con todas las suposiciones de la ley – y sobre todo, que dé voz a otros sectores que no la tienen – poblaciones en situación de calle –. En capítulos posteriores se profundizará sobre estas lógicas de producción de contenido en esta revista callejera, pues a pesar de que trata de romper con esta estructura jerárquica vertical – entre ciudadano y persona en situación de calle, inevitablemente se transforma en “Sujeto con poder para dar voz – Sujeto receptor de esta voz”, es decir, poderes desiguales.

3.3. Conceptualizaciones sobre la ideología y el discurso de los medios alternativos

Este apartado busca situar parte de las definiciones clave para entender esta investigación y el análisis que busca hacer sobre la producción de la revista callejera “Mi Valedor”. Se trata de poner en contexto y definir a través de autores relevantes las visiones que existen sobre <<ideología>> y <<discurso>>, apegados a un marco sobre medios alternativos.

Comenzaré con la definición de <<ideología>>, que es el primer paso para entender los discursos y narrativas, no solo en los medios alternativos, sino, en general cuando se habla de estas lógicas discursivas. Para este apartado, utilizaré la definición de Machin y Andrea Mayr en su manual titulado “How to do critical discourse analysis. A multimodal introduction” (traducción: Cómo hacer un análisis crítico del discurso. Una introducción multimodal). En esta revisión de Machin y Andrea Mayr (2012) sobre el lenguaje, los autores mencionan sobre ideología:

[Traducción] Las ideologías son simplemente representaciones del mundo, son visiones del mundo, visiones sobre cómo debe organizarse la sociedad. Todos tenemos una ideología, pero el análisis de la ideología generalmente está asociado con esas visiones del mundo que están asociadas con el poder y la explotación. [...] Hemos considerado la ideología del capitalismo, que busca naturalizar la organización de la sociedad con el propósito de que los ricos puedan generar más capital. (pág. 220)

Sin duda, esta definición se apega mucho a lo que persiguen los medios alternativos. Es decir, estos medios surgen de la necesidad de hacerle frente a los medios dominantes, a través de la generación de alternativas y movimientos para visibilizar y escuchar otras voces. Sin embargo, en ese sentido, en términos estrictos, estos medios alternativos también cuentan con formas ideológicas, o, como lo explican Machin y Andrea Mayr, cuentan con representaciones y visiones del mundo, mismas visiones que buscan un acomodo de la sociedad.

Para el sentido de esta investigación sobre “Mi Valedor”, la ideología se toma en cuenta como un pilar fundamental, a partir de la situación en la que la revista callejera estructura sus visiones y representaciones, en este caso, de las personas en situación de calle, por medio de los creadores del proyecto, quienes son profesionistas, así como las personas en situación de calle – enunciados por la revista como “valedores” –. Los contenidos que presentan en la revista, que responde a unas lógicas económicas de producción y de consumo del mismo proyecto, tiene una visión sobre cómo debe ser el orden social a partir de una coyuntura social, etiquetando en esta percepción a las personas en situación de calle como “poblaciones vulnerables o excluidas” socialmente.

Uno de los conceptos que guardan una estrecha relación con la <<ideología>> es el <<poder>>. Machin y Andrea Mayr (2012) mencionan en relación con el poder:

[Traducción] Básicamente, el poder proviene del acceso privilegiado a los recursos sociales, como la educación, el conocimiento y la riqueza, que proporciona autoridad, estatus e influencia a quienes obtienen este acceso y les permite dominar, coaccionar y controlar grupos subordinados. [...]

El punto es que el poder, al menos en las sociedades democráticas, debe ser visto como legítimo por las personas para ser aceptado, y este proceso de legitimación generalmente se expresa a través del lenguaje y otros sistemas comunicativos (p. 24).

Al hacer la relación del poder con “Mi Valedor”, se puede apreciar muy claramente en dónde reside este poder. En este caso, el poder está en los creadores del proyecto y los colaboradores profesionistas, quienes por su preparación y acceso al recurso más importante que es la educación – en diferentes disciplinas – tienen la capacidad de ofrecer estos talleres creativos y dirigir a las personas en situación de calle para generar parte de este contenido que se elabora para la revista. Y, a su vez, este poder se legitima o, mejor dicho, se acepta por “los valedores”, debido a que existe una autoridad dentro de “Mi Valedor”, es decir, dicha autoridad cuenta con un estatus y por esa posición tiene la capacidad para influenciar a quienes se encuentran en una situación de subordinados.

Como se ha mencionado, esta tesis se valdrá de herramientas para realizar el análisis de las narrativas es por medio del análisis crítico del discurso, un sistema de análisis que se vale de estos conceptos previamente definidos en párrafos anteriores. Al hablar, entonces, del análisis crítico del discurso, Machin y Andrea Mayr (2012) mencionan cuál es su esencia de pensamiento filosófico para estructurar dicha herramienta, el cual abordan desde la perspectiva de Gramsci:

[Traducción] La investigación en CDA [Análisis Crítico del Discurso, por sus siglas en inglés: Critical Discourse Analysis] se ha centrado principalmente en la influencia persuasiva del poder, una concepción del poder asociada con Gramsci (1971), cuyo concepto de hegemonía describe las formas en que los grupos dominantes de la sociedad logran persuadir a los grupos subordinados para que acepten la propia moral del primero, valores e instituciones políticas y culturales. Dentro de este marco, el discurso construye actitudes, opiniones y creencias hegemónicas [...] de tal manera que parezcan "naturales" y "sentido común", mientras que en realidad pueden ser ideológicas. (p. 24)

A pesar de que, dentro del proyecto de la revista “Mi Valedor” se le puede ver como un medio alternativo para cubrir una necesidad que busca hacerle frente al problema de las personas en situación

de calle, inevitablemente se estructura un discurso hegemónico de la revista callejera. En este caso, quizá el más importante que se ha detectado para persuadir a sus consumidores es que ayuda a poblaciones excluidas para obtener un ingreso legítimo por medio de la venta de la revista y a su vez, en la cual, participan con la generación del contenido narrativo del mismo proyecto. Sin embargo, para esta investigación, se pone en discusión este discurso, en cuanto a la parte del contenido y su generación de la misma, en la que participan colaboradores profesionistas principalmente y, de una manera en menor proporción, las personas en situación de calle, quienes supone el proyecto de la revista callejera, son los principales beneficiarios.

Siguiendo con la revisión de conceptos, daré paso a definir <<discurso>>, de la mano de esta visión teórica a partir de Machin y Andrea Mayr (2012), ellos hacen una definición a partir del Análisis Crítico del Discurso. Al respecto, los autores mencionan:

[Traducción] Este es un término que tiene muchos usos y significados. En los estudios de medios, a menudo encontramos el término "discurso mediático", "discurso televisivo" o incluso "discurso estadounidense". En CDA, el discurso se usa como una representación particular del mundo. Los discursos comprenden participantes, valores, ideas, escenarios, tiempos y secuencias de actividad. De modo que CDA analizará los detalles de los textos para revelar qué tipo de discursos se presentan a los lectores. (p. 219)

Esta introducción al concepto de <<discurso>> da una noción de su estrecho vínculo con la ideología. Es decir, la ideología está dentro del discurso, mismo que se define por ser una representación particular del mundo. Explicado de otro modo, hay una elección de palabras por parte de un sujeto, con el objetivo de significar y representar su forma de pensar. Esta percepción de realidad se compone de participantes o personas, valores, ideas, escenarios tiempos y acciones. Esta idea anterior resulta importante con relación a los medios alternativos, debido a que estos proyectos, como se ha dicho anteriormente, cuentan con un discurso o, bien, una representación particular del mundo. Si lo situamos en la revista callejera de "Mi Valedor", es una producción material de la cultural que realiza, por medio de sus creadores y colaboradores del proyecto, una representación particular sobre temas urbanos y, sobre todo, de personas en situación de calle en la Ciudad de México, principalmente.

Complementando la idea de <<discurso>>, Machin y Andrea Mayr (2012) mencionan sobre cómo se comunican estos discursos:

[Traducción] [...] El discurso es el lenguaje en el contexto real de uso [...] el discurso opera por encima del nivel de la gramática y la semántica para 'capturar lo que sucede cuando estas formas de lenguaje se desarrollan en diferentes ámbitos sociales, políticos y culturales [Simpson y Mayr, 2010: 5]

[...] Un discurso se puede comunicar por referencia a actores sociales específicos que a su vez significarán tipos de acciones, valores e ideas sin que se especifiquen. (p. 20 y 219)

Como se puede apreciar, el discurso es una forma de significar acciones, valores e ideas en diferentes ámbitos, escenarios y contextos. En este sentido, “Mi Valedor”, la revista callejera mexicana, opera como una publicación callejera que se realiza a través de la réplica de un modelo de negocio y de ayuda a personas en situación de calle que surgió en los 90s con “The Big Issue” y que le da significado a temas urbanos de la Ciudad de México, que es el espacio en el que se desarrolla, y uno de los problemas sociales con los que cuenta, que es el de las personas en situación de calle.

3.4. La aproximación crítica de Chris Atton sobre *Alternative media*

En este apartado se contextualiza al autor principal del cual se toma como punto de partida para entender a las revistas callejeras a partir de su teoría de *Alternative media*. Atton es uno de los autores más representativos cuando se habla de los medios alternativos y discurso³⁵.

Este autor ha dibujado un panorama sobre las formas alternativas de comunicación. Uno de estos temas que competen a la investigación es un mapa de la primera revista callejera en el mundo “The Big Issue”, de la cual en su obra ha diferenciado algunos aspectos, como la venta en calle, su modelo económico y sobre las poblaciones callejeras, en este caso, los *homeless*, a quienes va dirigido el proyecto alternativo de las revistas callejeras.

Su obra *Alternative media* guarda un estrecho vínculo con la revista callejera “Mi Valedor” – que es el objeto de estudio de esta investigación. Como se ha mencionado anteriormente, Atton es uno de los autores referentes cuando se habla de medios alternativos y movimientos sociales que, entre su amplio abanico de posibilidades, uno de ellos es sobre las revistas callejeras o *street papers* que surgieron a finales de los ochenta – la revista callejera “The Big Issue” – un modelo que fue retomado en México desde el 2015 para producir la adaptación mexicana llamada “Mi Valedor”.

Para iniciar esta revisión, ésta es la definición de *alternative media* que describe Atton (2002) en su libro titulado de la misma manera:

[Traducción] Los medios alternativos y los medios radicales apenas aparecen en las tradiciones teóricas dominantes de la investigación de los medios. Esto es sorprendente, ya que algunos relatos teóricos parecen tener espacio para ellos. El análisis marxista clásico de los medios de comunicación contiene en su interior la semilla de dicho espacio, en el sentido de que los medios alternativos pueden considerarse que ofrecen relaciones de producción radicales y anticapitalistas, a menudo unidas a proyectos de perturbación y ruptura ideológicas. (p. 8)

³⁵ De acuerdo al sitio web la Universidad Napier de Edimburgo, Chris Atton es profesor de medios y cultura en la Escuela de Artes e Industrias Creativas de la Universidad Napier de Edimburgo. Es considerado como uno de los principales académicos internacionales en el estudio de medios alternativos. Sus libros incluyen *Alternative Media* (Sage, 2002), *An Alternative Internet* (2004), *Alternative Journalism* (Sage, 2008) y *Routledge Companion to Alternative and Community Media* (2015). Es cofundador del *Journal of Alternative and Community Media*. Ha realizado estudios especiales de fanzines y los medios de comunicación de nuevos movimientos sociales, así como el valor cultural de la vanguardia y otras formas "difíciles" de música popular. Su trabajo en la música ha aparecido en *Popular Music*, la *Revista de Estudios de Música Popular*, *Popular Music and Society* y la *Revista Europea de Estudios Culturales*. (Sitio web: <https://www.napier.ac.uk/people/chris-atton>). Para más información, consultar: <https://www.napier.ac.uk/about-us>

En esta primera aproximación, Atton describe parte de esta visión de los medios alternativos, vinculándolos con ideas teóricas sobre el marxismo y como dichos medios pueden considerarse como formas de ruptura ideológicas, que no necesariamente se relacionan con el capitalismo. Es importante también destacar que, dentro de este abanico de posibilidades de formar parte de los medios alternativos, Atton menciona que apenas aparecen discutidos en tradiciones teóricas.

Siguiendo con esta revisión de conceptos, Atton (2002) menciona sobre el amplio espectro de los medios alternativos:

[Traducción] El rango, el número y la diversidad de medios alternativos en todas sus formas (impresas y electrónicas) y perspectivas (single-person zines [revistas de una sola persona], periódicos de clase trabajadora a gran escala, periódicos comunitarios radicales, revistas de política sexual, autopublicaciones anarquistas) sugieren la teoría de El pluralismo liberal empujado a sus límites. Un modelo de los medios en el que "las personas que usan los medios a pequeña escala prevalecen" no necesita ser producto del idealismo ni implicar el derrocamiento de los medios a gran escala; podemos encontrar espacios en los que los medios de pequeña escala ya prevalecen. (p. 8)

En esta revisión, se confirma el amplio espectro de lo que pueden ser los medios alternativos, es decir, que no se limita a las revistas callejeras o prensa *underground*, sin que va más allá. Otro punto importante es que estos medios de pequeña escala que Atton identifica, pueden prevalecer como modelos. Una vez dibujado dicho panorama, Atton (2002) habla sobre una de las teorías más sobresalientes que rodean a los medios alternativos, de las cuales menciona:

[Traducción] En una edición revisada de McQuail (1987) encontramos un modelo de "participante democrático" [...] que se basa en el uso de los medios de comunicación "para la interacción y la comunicación en entornos de pequeña escala de comunidad, grupo de interés y subcultura" que favorecen "patrones horizontales de interacción donde la participación y la interacción son conceptos clave" (McQuail, 1994: 132). Esta teoría es solo superficialmente limitada [...] en ninguna parte está completamente desarrollada. De McQuail (1987) también podemos advertir que tal vez sea más útil encontrar soporte teórico para medios alternativos y radicales no en las cuentas existentes de los medios dominantes, sino en las cuentas de los medios que se oponen a tal dominación. (p. 8)

De nuevo, se pueden apreciar los ejes rectores teóricos que rodean a los medios alternativos, es decir, un modelo de participación democrática en entornos de pequeñas comunidades y que buscan favorecer relaciones horizontales para, justamente, favorecer dicha participación e interacción entre los mismos. Además de encontrar una oposición a los medios dominantes.

Con relación a esta visión y después de la exposición de algunos conceptos teóricos de otros autores, Atton menciona lo que él propone como parte de su teoría de los medios alternativos de la siguiente forma:

[Traducción] Aquí propongo una teoría de medios alternativos y medios radicales que procede de estas cuentas. La teoría no se limitará a los medios políticos y de 'resistencia': la intención es desarrollar un modelo que también sea aplicable a los medios artísticos y literarios (video, música, arte postal, escritura creativa), así como a la cultura más reciente. formas como 'zines' y formas híbridas de comunicación electrónica (TIC). Incluso dentro de un área única de medios alternativos hay mucha heterogeneidad (de estilos, de contribuciones, de perspectivas). (p. 8)

Esta visión de Atton provee sustento a esta investigación cada vez que se menciona que el espectro de los medios alternativos de comunicación y los movimientos sociales van de la mano y esta amplitud se vuelve tan grande que hay mucha heterogeneidad en cuanto a estilos, formas y perspectivas de medios. Otra de las revisiones que hace Atton (2002) para hablar de “los sin voz” – una categoría fundamental para entender a “Mi Valedor” más adelante –, es justamente esta perspectiva que sitúa a través de teoría de Foucault, de la cual menciona:

[Traducción] Podríamos considerar este rango de producción como una "insurrección de conocimiento subyugado" de Foucault [Foucault, 1980: 81]. La gama de voces que puede hablar directamente sobre estos 'conocimientos subyugados' se acerca a una situación en la que 'el Otro' puede representarse a sí mismo, donde los análogos de los 'informantes nativos' de Spivak (1988) pueden hablar con sus propios 'irreductiblemente voces heterogéneas'. Los medios alternativos y radicales podrían entonces considerarse un "texto *hereroglosico* [sic] (voz múltiple)" (Buckingham y Sefton-Green, citado en Gauntlett, 1996: 91, y basándose en el diálogo de Milhail Bathkin) que da una voz completamente heterogénea a todos aquellos Otros. (p. 9)

Como se ha mencionado, esta visión de voces múltiples se vuelve recurrente cuando se habla de los medios alternativos. Inevitablemente es una forma de mencionar que al considerar a los medios alternativos como textos de voces múltiples, es un argumento principal para comprender que la visión deriva en que dan voz al Otro. Que en este caso, la revista callejera “Mi Valedor” da voz a poblaciones excluidas o vulnerables en la Ciudad de México. Esta visión de Atton se refuerza y toma sentido, mismo que el autor explica de la siguiente manera, cuando introduce su teoría sobre *Alternative media*:

[Traducción] En lugar de intentar definir los medios alternativos únicamente por el contenido, propongo un marco teórico y metodológico que incorpore el contenido como un elemento en una cultura de medios alternativos que esté igualmente interesada en los procesos y las relaciones que se forman en torno a la producción de medios alternativos. Es decir, defino medios alternativos tanto como su capacidad para generar métodos de creación, producción y distribución no estándar, a menudo infractores, como lo hago por su contenido. (pág. 3 y 4)

Sin lugar a duda, es una de las visiones más importantes para identificar cómo están estudiados los medios alternativos a partir de la visión de Atton. No hay que dejar de lado que esta investigación toma en cuenta tanto la distribución de la revista callejera “Mi Valedor”, y el centro o foco de interés principal sobre el contenido narrativo que se encuentra en la producción de la revista. Uno de los rasgos característicos que localiza Atton (2002) para definir los medios alternativos es en la complejidad de la misma palabra <<alternativo>> para hacerlo. Al respecto, el autor explica:

[Traducción] La aparente flexibilidad en la definición de términos en este campo ha llevado a algunos críticos a argumentar que no puede haber una definición significativa del término "medios alternativos" (Abel, 1997). Mientras que "radical" alienta una definición que se refiere principalmente al cambio social (a menudo revolucionario) (y "radical" lo mismo para un período específico de la historia de Inglaterra), "alternativa" es de aplicación más general. La costumbre y la práctica en los medios alternativos de la última década parecen haberse asentado en "alternativa" como la palabra preferida. Como término general, su fuerza radica en el hecho de que puede abarcar mucho más que lo radical, o la "publicación de cambio social". También puede incluir revistas de estilo de vida alternativas, una gama extremadamente diversa de publicación de revistas y las pequeñas editoriales de editoriales de poesía y ficción. Sin embargo, desplegar 'alternativa' como término analítico podría proporcionarnos un poco más de especificidad que decir 'no mainstream [o medios convencionales]'. (p. 9 y 10)

Este tejido de ideas solidifica más la discusión sobre porqué hay muchos trabajos científicos que han abordado los medios alternativos desde diferentes disciplinas y sobre todo, con diferentes enfoques y perspectivas para definir a los medios alternativos. El autor también percibe el problema así: como una especie de dispersión semántica y dispersión en los modos de trabajos en los que se pueden presentar los medios alternativos, debido a su aparente flexibilidad.

Pasando a la parte en la cual, Atton (2002) habla sobre las representaciones en medios de comunicación de ciertos grupos, que son vistos como culpables de la situación en la que se encuentran, el autor menciona al respecto:

[Traducción] No faltan estudios para mostrar cómo los medios de comunicación de masas caracterizan y representan grupos sociales específicos de maneras que sugieren que esos grupos son culpables de

determinadas condiciones económicas o sociales, o que tienen opiniones políticas o culturales extremas. Tales grupos raramente comprenden las élites poderosas e influyentes que rutinariamente tienen acceso a tales medios. Por el contrario, otros grupos son marginados y desautorizados por sus tratantes en los medios de comunicación, tratamiento contra el cual generalmente no tienen reparación. (p. 10)

A pesar de que Atton no habla sobre las representaciones de estos grupos sociales en los medios alternativos – condición que sí se desarrollará en esta investigación – es un punto de referencia para reconocer que parte del discurso que se genera sobre dichos grupos en medios de comunicación tradicionales, se legitima y se acepta debido al poder influyente con el que cuentan dichos medios. Más adelante, como se ha mencionado anteriormente, se hará un análisis de la revista “Mi Valedor”, en la que se hace una revisión sobre cómo se representan y se auto-representan estas personas en situación de calle de dicha producción.

Uno de los temas relevantes que se someten a discusión en el trabajo de Chris Atton, es sobre la economía de la producción de los medios alternativos. Parte de esta discusión la sitúa a partir del análisis de la revista callejera inglesa “The Big Issue. Atton (2002) comenta y pone en discusión a dicho periódico callejero:

[Traducción] La revista ‘The Big Issue’ fue fundada en 1991 y tiene cuatro ediciones quincenales separadas en Londres, Escocia, Gales y el norte de Inglaterra. Su objetivo, como es bien sabido, es "ayudar a las personas sin hogar a ayudarse a sí mismas", vendiéndoles copias del periódico que luego venden en la calle (haciendo 45 peniques por copia vendida). Sin embargo, su técnica de distribución inusual (aunque no única) y el indudable impacto que ha tenido tanto en sus vendedores como en el público no deberían distraernos de las diferencias entre esta y la prensa alternativa de base. Como miembro de la prensa de defensa, ‘The Big Issue’ habla en nombre de las personas sin hogar y, sin duda, proporciona un salvavidas para muchos. Pero enfáticamente no es la voz directa de las personas sin hogar. Por lo general, solo dos páginas en una edición de 48 páginas se entregan a las contribuciones de las personas sin hogar ('Street lights', un foro que se ocupa principalmente de poesía y no ofrece espacio para artículos) el resto del documento está escrito principalmente por jóvenes periodistas. (p. 32)

Esta discusión sobre las paradojas que presenta “The Big Issue” para enunciarse como una revista que es la voz de las personas sin hogar, aunque en la práctica no sea así, es parte de los fundamentos a los que se abraza la presente investigación. Como se verá más adelante, el caso de “Mi Valedor” – al ser una réplica de este modelo inglés – copia de manera fundamental la forma de trabajo, al grado de que tampoco es la voz directa de las personas en situación de calle en México –, ya que la mayoría de los contenidos están escritos por profesionistas y colaboradores del proyecto, quienes no necesariamente cumplen con esa condición de población vulnerable o excluida que busca beneficiar la revista callejera mexicana.

Siguiendo, aparte, con la discusión sobre “The Big Issue” y el modelo económico, Atton (2002) menciona:

[Traducción] "The Big Issue" [...] tiene una circulación significativamente más alta que incluso muchas revistas convencionales [*magazine mainstreams*]. La circulación combinada de sus cuatro ediciones se estima en casi medio millón (Swithinbank, 1996); la circulación auditada más reciente para su edición de Londres es 132, 787. Según los estándares principales, esto es extremadamente exitoso. Por estándares alternativos es inimaginable. (p. 39 y 40)

A pesar de que la revista callejera de “Mi Valedor” no tiene un tiraje muy amplio (4 mil ejemplares bimestrales), como el modelo inglés, es importante mencionar que parte de la circulación de la revista callejera mexicana se encuentra en Museos de la Ciudad de México, como el Museo Universitario de Arte Contemporáneo y el Museo Tamayo, lo cual rompe hasta cierto punto con la lógica de distribución, debido a que parte de la reinserción social que supone la revista con la venta de mano en mano es justamente eso, que el “valedor” tenga la confianza de comunicarse con otra persona. Sobre estos espacios de distribución de “The Big Issue”, Atton (2002) afirma:

[Traducción] [...] Su método de distribución es híbrido. Si bien sus sitios de distribución son espacios públicos y, enfáticamente, no los de una cultura alternativa, su enfoque es lo suficientemente radical como para haber abierto un espacio alternativo dentro de esos espacios públicos, donde los actos regulares de diálogo y discusión ahora acompañan a una transacción comercial; Se estima que un cuarto de millón de personas hablan con los vendedores sobre la falta de vivienda (Swithinbank, 1996). (p. 50 y 51)

En este sentido, “Mi Valedor” se adecúa perfectamente a este modelo para poner en venta sus revistas callejeras. Dicha distribución se da en puntos estratégicos de la Ciudad de México, mismos que se caracterizan por una gran movilidad de personas y, a su vez, pueden estar enmarcados como puntos turísticos, debido a la localización y el capital cultural que se ha aceptado de dichos lugares. Algunos de los sitios son, por ejemplo, Parque México en la Colonia Condesa, el Monumento a la Revolución, el Ángel de la Independencia, Av. Juárez³⁶. Evidentemente, también han abierto nuevos espacios para realizar la venta en mano, como en su momento lo hizo “The Big Issue”. Es evidente, entonces que no se puede perder de vista la lógica económica: “[Traducción] La prensa que ignora la "realidad" de la vida económica bajo el capitalismo siempre fracasará en su proyecto [...]” (p. 50)

³⁶ Para conocer todos los lugares en donde se vende esta revista, consultar:
<https://www.facebook.com/mivaledor/photos/a.464935163602871/1829706357125738/?type=3&theater>

Al retomar parte de las ideas fundamentales de Chris Atton con relación a los medios alternativos mejora la comprensión del objeto de estudio de la presente investigación que retoma dichas ideas y que ayuda al entendimiento sobre “Mi Valedor”. Como se ha mencionado, es una visión sólida, debido a que parte de la discusión de Atton se centra en el modelo inglés de la revista callejera “The Big Issue”, que es parte del eje rector y ADN de la revista callejera mexicana.

Es fundamental tomar las ideas de Atton (2002) sobre su visión sobre los medios alternativos, con la cual se puede mirar a “Mi Valedor” de la siguiente manera: “[Traducción] Los medios alternativos, considero, son cruciales para ofrecer significados para la comunicación democrática hacia la gente que normalmente es excluida de la producción de los medios. (p. 4) Sin dejar de tomar en cuenta que:

[Traducción] [...] ‘The Big Issue’ habla en nombre de las personas sin hogar y, sin duda, proporciona un salvavidas para muchos. Pero enfáticamente no es la voz directa de las personas sin hogar. Por lo general, solo dos páginas en una edición de 48 páginas se entregan a las contribuciones de las personas sin hogar (‘Street lights’, un foro que se ocupa principalmente de poesía y no ofrece espacio para artículos) el resto del documento está escrito principalmente por jóvenes periodistas. (p. 32)

Es decir, esta reflexión invita a la presente investigación a tomar con cautela y cierto recelo sobre el discurso que maneja la revista para ser vendida. Es decir, aunque en el imaginario se piense que es un proyecto que ayuda en su totalidad a las personas en situación de calle y que se dice que ellos contribuyen a la generación del contenido³⁷, cuando se ha hablado que su participación es muy baja si se compara con los colaboradores profesionistas y de los cuales, se mostrará en esta investigación a partir de un análisis de contenido.

Sobre el contenido, es importante resaltar parte del pensamiento de Atton (2002) y parte de esta esencia de lo que son los “medios alternativos”. El autor menciona que:

[Traducción] En una cultura de los medios de comunicación que parece cada vez menos interesada en los informes de investigación en profundidad, los medios alternativos proporcionan información e interpretaciones del mundo que de otra manera no podríamos ver e información sobre el mundo que simplemente no encontraremos en ningún otro lugar. Las publicaciones alternativas están, en el fondo, más interesadas en el flujo libre de ideas que en las ganancias. (p. 12)

³⁷ Este discurso, que se maneja en las primeras páginas de la revista “Mi Valedor” sobre: “Participan activamente en la generación del contenido de cada número...” se puede encontrar desde el primer número que salió a la venta y del que se tiene registro. Consultado desde: <https://mivaledor.com/ediciones/>

De igual forma hay que tomar con mucha precaución esta parte, ya que las visiones y el libre flujo de ideas se da, pero hasta cierto punto, pues como se ha comentado, en el proceso de edición y de selección de los temas no hay mucha participación de “los valedores” para decidir qué es lo que se puede decir. En cuanto a las ganancias, como se ha mencionado, es parte fundamental en este caso, de la revista de “Mi Valedor” al ser la actividad económica principal de quien vende la revista y la esencia de que exista dicha publicación.

Un tercer y no menos importante punto de comparación de la visión de Atton (2002) sobre estos medios es en cuanto a la distribución, previamente mencionada, de la que se dijo:

[Traducción] Si bien sus sitios de distribución [De la revista “The Big Issue”] son espacios públicos y, enfáticamente, no los de una cultura alternativa, su enfoque es lo suficientemente radical como para haber abierto un espacio alternativo dentro de esos espacios públicos, donde los actos regulares de diálogo y discusión ahora acompañan a una transacción comercial. [...] (Swithinbank, 1996). (p. 50 y 51)

Es importante no dejar de lado dicha visión de distribución, pues el caso de “Mi Valedor” entiende estas lógicas y por ende, sus puntos de distribución pueden ser entendidos como lugares turísticos para la venta, que podría garantizar dicha transacción y que, han abierto nuevos espacios de diálogo.

3.5. La crítica de la víctima. Un acercamiento desde Daniele Giglioli

En este apartado se hará una descripción sobre la construcción de “la víctima”, un enfoque que ayudará al análisis del discurso que se encuentra en los textos verbosuales de las articulaciones, es decir, las revistas que serán sometidas a análisis en el corpus de la presente investigación. Se considera relevante para esta investigación esta categoría de <<víctima>>, ya que al analizar las narrativas de la revista “Mi Valedor” parece inevitable encontrar estos discursos elaborados que enmarcan a la gente en situación de calle en esta categoría. Este análisis también arrojará hallazgos y propuestas mismos que fueron develados en el proceso de esta investigación.

La categoría será descrita con base en el autor Daniele Giglioli (2017) en su obra “Crítica de la víctima” [Traducción del italiano “Critica della vittima”]. En este libro, Giglioli propone una serie de argumentos sobre la construcción de la víctima, en la cual, se da una especie de juego discursivo en la que dicha categoría se convierte en un personaje “vestido de héroe”, que no puede ser cuestionado.

La víctima es el héroe de nuestro tiempo. Ser víctima otorga prestigio, exige escucha, promete y fomenta reconocimiento, activa un potente generador de identidad, de derecho, de autoestima. Inmuniza contra cualquier crítica, garantiza la inocencia más allá de toda duda razonable. ¿Cómo podría la víctima ser culpable, o responsable de algo? La víctima no ha hecho, le han hecho; no actúa, padece. En la víctima se articulan carencia y reivindicación, debilidad y pretensión, deseo de tener y deseo de ser. (p. 8)

El concepto anterior queda sustentada como motor principal o por lo menos, como un eje rector del análisis de esta investigación. Si, bajo la premisa de que la víctima exige escucha, fomenta y promete reconocimiento, y además genera identidad, es un buen indicio de que se acopla al proyecto de “Mi Valedor”. Ya que gran parte del discurso con el que se vende la revista es que los “valedores” – personas en situación de calle – colaboran de manera activa en el contenido del proyecto. En este caso, se estaría hablando de escucha – cuando se vende la revista de mano en mano –, y a su vez, de visibilización – que es reconocer al “valedor” en la calle y además de leer su contenido que ha elaborado.

Es de suma importancia aclarar que esta tesis, no tiene como objetivo poner en entredicho o cuestionar de fondo la situación que viven las personas en situación de calle – “los valedores” – que están adscritos al proyecto de la revista. Sin embargo, la discusión rondará fundamentalmente sobre las narrativas que generan las y los editores del proyecto, quienes le dan forma al contenido del discurso de la revista y que, justamente de ahí supone una narrativa “de víctima” en las piezas del corpus de análisis para

que sean consumidas: “prometer escucha y generar identidad”. Siguiendo con la parte teórica de Giglioli (2017) habla lo siguiente sobre quien habla de <<la víctima>>:

“Quien habla como víctima, o para la víctima, siempre está en la situación de quien habla en lugar de otro, lo que resulta completamente obvio cuando alguien toma la palabra en nombre de víctimas silentes. Pero, paradójicamente, esto es cierto también en el caso de la víctima que habla por sí misma en cuanto que la víctima es tal porque ante todo está obligada a callar, a no ser escuchada, a verse privada del poder del lenguaje. Hablar es la primera forma de agency. La víctima es un «in-fante».” (p. 21 y 22)

Como se ha mencionado, esta parte teórica de la víctima a través de Giglioli es un complemento importante para esta investigación. Tenemos delante un proyecto – la revista callejera “Mi Valedor” – que, también cuantitativamente – como se mostrará en el corpus de análisis –, se puede demostrar que estas poblaciones vulnerables o poblaciones excluidas – enmarcadas así por la revista y nombradas “valedores” – no tienen tanta participación activa en la generación del contenido como se presume dentro del discurso. Es decir, no tienen tanta capacidad de acción o agencia para la generación del contenido.

Quisiera cerrar este marco teórico con dos consideraciones que son muy relevantes cuando se habla de la víctima. La primera, desde la visión teórica de Giglioli (2017):

“En primer lugar, la víctima promete identidad. Es algo real, es cierta, tiene un origen, unos documentos, se funda en un acontecimiento, es demostrable. Interpela con seguridad y autoridad. ¿Qué soy? Una víctima, algo que no puede negarse y que nadie podría quitarme nunca. Encuadra al ser con el perfil del tener, reduce al sujeto a portador de propiedades (que no de acciones), le pide seguir siendo, dolorosa pero orgullosamente, lo que es.” (p. 152)

Como se ha mencionado anteriormente, esta visión ayudará a comprender también parte del problema práctico de esta investigación. Parte del análisis, que se vale de igual forma de herramientas narratológicas – de las que se hablará en el apartado siguiente – cómo a través del discurso y los entramados de significados, la revista “Mi Valedor” genera una identidad de las personas en situación de calle un “valedor”. Una persona que vive en la calle – con una situación que se podría entender sí, como vulnerabilidad, pero orgullosamente un “valedor”. La siguiente consideración que he de poner a la luz es la siguiente, que de igual forma, tiene que ver con el marco interpretativo de Giglioli (2017):

[...] la víctima garantiza una historia, lo que la hace especialmente apetecible para una cultura convencida de que el storytelling lo es todo. [...] La identidad es narrativa. [...] no hay compartimento de la sociedad que prescindiera de la necesidad de ser imaginado, organizado y vivido como una historia que asigne con claridad roles y valores, y prescriba los objetivos y los deseos de quien debe recitarla. [...] El razonamiento aburre, el cálculo deja helado, la imagen por sí sola suscita malestar (¿será verdadera?). [...] ¿Por qué deberían escucharme si mi historia ya se ha contado mil veces? Quien más aspira a lo auténtico más cae en la repetición. A este trance se sustrae la víctima, a la que nadie podrá encausar nunca por sus estereotipos so pena de ser acusado de falta de empatía. Ninguna víctima oirá nunca que le digan «¡Es la historia de siempre!». Nadie le pedirá nunca cuentas del «cómo»: solo importa el «qué», el contenido. La historia victimista siempre es autorizada, exige atención, disciplina a la audiencia, rechaza a priori la pregunta de quién es más y menos bueno. (p. 171 – 175)

Parece ser que hablar de las personas en situación de calle será una garantía de tener muchas historias para contar al consumidor de la revista. Qué persona se opondría a no apoyar el proyecto de un grupo social que se le enmarca como población vulnerable o socialmente excluida. Qué persona se opondría a ser “valedor” por un día y vivir en experiencia propia el tener que vender una revista que te convierte automáticamente en un “micro-empresario” y tener un ingreso legítimo .

Este discurso parece tan gastado, pero aparentemente sigue vigente con los consumidores de la revista. No importa tanto que esta historia se cuente mil veces, la gente rara vez preguntará el cómo y solo se detendrá en el qué: “Una revista que ayuda a personas en situación de calle en la Ciudad de México. ¿Cómo? Casi nadie se ha detenido a cuestionarlo.” El consumidor está disciplinado para repetir este discurso hasta el cansancio. Acepta la ideología base de la revista y se congratula de que exista un proyecto que le pueda “dar voz” y “visibilizar” a las personas en situación de calle.

CAPÍTULO IV. APROXIMACIÓN METODOLÓGICA

Para este capítulo se realizará la presentación de los marcos interpretativos para el análisis de los datos de la revista callejera mexicana “Mi Valedor”. De igual forma, el inicio de este capítulo abarca la descripción del tipo de investigación, las fuentes documentales, escenarios y participantes que dieron y ampliaron el panorama sobre el conocimiento de la publicación callejera.

Posteriormente, se detalla el enfoque epistemológico bajo el cual se realizó la investigación, y se argumenta sobre el diseño cualitativo de la investigación. Una vez definidos los esquemas de investigación, se procede a mostrar los métodos, categorías e instrumentos para el análisis de los datos. Al final, se ofrecen reflexiones sobre la validez de este estudio, las consideraciones éticas y los pasos que se dieron a lo largo del proceso de investigación.

4.1. Acerca de los métodos de la tradición crítica para realizar el análisis

Esta investigación se sustenta en un enfoque teórico-metodológico cualitativo desde la teoría crítica aplicada a los medios alternativos con énfasis en el análisis crítico del discurso, tal y como se describió en el capítulo 3 de esta tesis. Para ello, se recurrió fundamentalmente a los manuales metodológicos de tres autores de la tradición crítica que, combinados, funcionan para abordar la complejidad de los objetos, que incluyen texto e imágenes: Gonzalo Abril (2012) para el análisis de textos visuales (imágenes), John E. Richardson (2007) para el análisis crítico del discurso en textos impresos de carácter periodístico y, para profundizar el análisis de las narrativas que Richardson aborda de forma muy sucinta, se recurrió al análisis narratológico de la autora Mieke Bal (2009). Estas herramientas permiten dar al análisis una solidez al momento de expresar de manera teórica el análisis de “Mi Valedor”, además de que cada uno de estas líneas se conectan entre sí, debido a que sus fundamentos son sobre ideología, discurso y narrativa.

4.1.1 John E. Richardson y el análisis en la producción de medios impresos

En este apartado, se buscará poner en órbita los conceptos teóricos de Richardson (2007) sobre el análisis del discurso en textos. Se parte del libro “Análisis en la producción de medios impresos” (John E. Richardson, 2007) comprender cómo, a través de los textos presentados en la edición 13 de ‘Mi Valedor’, los ‘periodistas alternativos’ aparecen representados. Es decir, el centro de atención está en describir qué tipos de narrativas construyen y cómo se construye la subjetividad de los valedores a través de este discurso que aparece en la producción material. Similar a lo que se trató en líneas anteriores, parte de esta investigación es develar cómo son las tramas de significado que se presentan en el discurso de “Mi Valedor”, a través de algunos textos verbosuales de dicha edición.

John E. Richardson (2007) se basa principalmente en el análisis crítico del discurso, una herramienta que permite visualizar la manera en que los individuos y las instituciones utilizan el lenguaje. (Introducción, traducción). El foco de su óptica recae en hacer visibles los problemas sociales, por medio de la identificación de los roles de producción, (re) producción del abuso de poder y dominación (Citado de Van Dijk, p. 1). Es decir, el uso del lenguaje contribuye a la producción y reproducción de la realidad social y una vida social condicionada por el contexto.

Asimismo, Richardson (2007) abona mencionando en su obra que el lenguaje es social y por lo tanto, es el centro de la actividad humana, ya que le da significado a las acciones. Además, señala que el uso del lenguaje propicia la identidad, debido a que la gente proyecta un tipo de personalidad derivado del

acto comunicativo que se circunscribe en un contexto. A este aporte también se suma que el lenguaje cuenta con un poder social, que desembocan en las formas de comunicación y por ende, el uso del lenguaje es político.

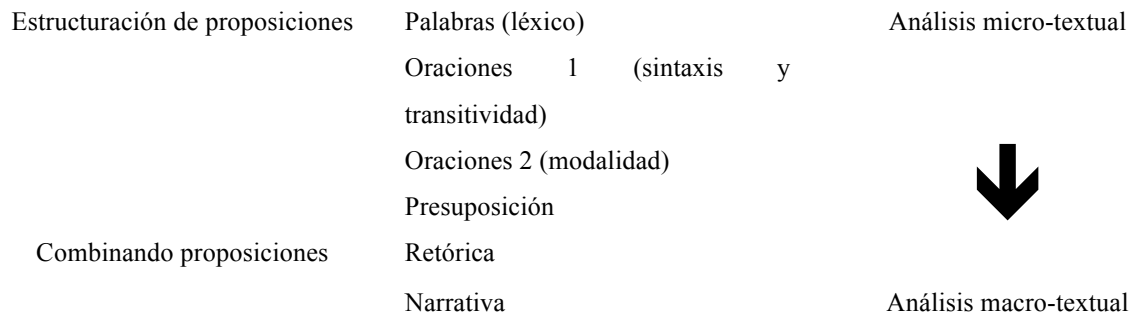
Complementaré a continuación con la óptica de John E. Richardson (2007) quien habla sobre cómo analizar de manera crítica los textos que presentan los medios impresos – en esencia el periodismo – . Desde su obra “Analizando periódicos: un acercamiento desde el análisis crítico del discurso” [Traducción] ofrece herramientas que se adecuan, en este caso, para analizar la revista *Mi Valedor*, articulación que está construida tomando en cuenta que es una “forma alternativa” de producir periodismo y contenido cultural, el cual es plasmado dentro de cada volumen bimestral del proyecto.

Uno de los conceptos clave es sobre el Análisis Crítico del Discurso (ACD) de Richardson (2007) que dice:

[Traducción] El análisis crítico del discurso, la teoría y método del análisis periodístico [...] es de corte interpretativo, contextual y constructivista. Lo que significa que los analistas críticos del discurso: ofrecen interpretaciones de los significados de los textos, en vez de solo ofrecer características textuales cuantitativas; [...] situando lo que está escrito o se ha dicho en el contexto en el que ocurrió [...] y argumenta que el significado textual es construido a través de interacciones entre el productor, el texto y el consumidor [...] (p. 15)

Esta visión ayuda a comprender cómo se están construyendo las narrativas de la revista y cuáles son los elementos retóricos que utilizan para producir significados sobre una problemática social, que es también el contexto que le da sentido a la revista – las personas en situación de calle – y su forma de identificarse frente al consumidor de la producción material de la revista.

Comenzaré, en un primer momento, definiendo el esquema con las categorías de análisis. Richardson (2007) menciona el siguiente esquema para analizar textos periodísticos:



Traducción del esquema presentado en la p. 47

Posterior a establecer este esquema de análisis, definiré, a través del autor, las partes de dicho esquema. Comenzaré con el primer nivel de análisis “Estructuración de proposiciones”, Richardson (2007) define <<Palabras (léxico)>>:

[Traducción] El análisis de palabras particulares utilizadas en un texto periodístico es casi siempre la primera etapa del análisis textual o del discurso. Las palabras transmiten la huella de la sociedad y los juicios de valor en particular – transmiten significados connotativos y denotativos. Todos los tipos de palabras, pero en particular sustantivos, adjetivos, verbos y adverbios llevan significados connotativos y denotativos. (p. 47)

Es decir, las palabras que se seleccionaron para construir las narrativas de la revista que será analizada en este corpus, tienen una carga connotativa – que tiene un significado a parte del propio o específico, y denotativo, el cual cuenta con un significado específico. La clave será entender cómo la selección de palabras y el nombramiento de ciertas situaciones llevan, sobre todo, la carga connotativa y a qué está apelando el autor o los autores de cierta pieza comunicativa. Esta visión de <<nombrar>> la complementan bien Reisigl y Wodak [2001] citado en Richardson (2007):

[Traducción] Los periodistas tienen que proveer nombres para la gente en los eventos que reportan y este nombramiento siempre involucra elección. Y lógicamente, escoger una categoría social sobre otra, ellos (los periodistas) la incluyen dentro de una categoría y la excluyen de diferentes categorías [...] Reisigl y Wodak (2001) han llamado estas opciones de nombramiento ‘estrategias referenciales de los textos, y han ilustrado

que elegir para describir a un individuo (o un grupo como una cosa u otra 'pueden servir para diferentes fines psicológicos, sociales y políticos [...] (p. 49)

Dentro de este primer marco de nombramiento, no se debe de olvidar dentro del análisis de palabras, el campo de <<Predicación>>. Nuevamente, Richardson (2007) citando a Reisigl y Wodak (2001) mencionan que:

[Traducción] [p. 54] Es a través de las estrategias predicativas que personas [etc...] son especificadas y caracterizadas con respecto a cualidad, cantidad, espacio, tiempo [...] Entre otras cosas, las estrategias predicativas se plantean principalmente por la forma específica de referencia (basada en la denotación explícita, así como más o menos en la connotación implícita), por atributos (en la forma de los adjetivos, aposiciones, frases preposicionales, oraciones relativas, participativas, de conjunción, infinitivas y participativas) por predicados o sustantivos/adjetivos/pronombres predicativos, por colocaciones o comparaciones explícitas, símiles, metáforas y otras figuras retóricas y por más o menos alusiones implícitas, evocaciones y presuposiciones/implicaciones. (p. 52)

Es decir, la elección de palabras es un primer paso; sin embargo, esta elección se verá 'aderezada o no' dependiendo de los atributos que se le asignen a personas para ser caracterizadas y contar con especificidades que le den sentido al texto. Estas palabras son justamente parte de este entramado de significado, llamado ideología, la cual se puede encontrar dentro del discurso que mantiene la publicación y con el cual se da a conocer para su producción, distribución y consumo.

4.1.2. Gonzalo Abril y el análisis crítico de textos visuales

La elección de este autor para teorizar sobre la revista de “Mi Valedor” surge a partir de la pregunta clave que cuestiona la relevancia de profundizar sobre una revista callejera. Al ser un proyecto nuevo en la Ciudad de México, me interesa investigar cómo se elabora el discurso periodístico – la revista callejera “Mi Valedor” – y describir cómo amplifica las voces de un sector en condiciones desfavorables a través de un elemento comunicativo. Asimismo, busco detallar el papel que tienen las instituciones, tanto públicas como privadas, dentro de la revista callejera, es decir, cómo participan en el apoyo a dicha iniciativa.

Asimismo, resulta de gran importancia aproximarme a la adaptación de un proyecto británico y estadounidense en México que dice brindar ayuda a personas en situación vulnerable. “Mi Valedor”, la revista, asegura que el hecho de emplear a estas personas es atacar el problema de la segregación social desde la raíz. Desde mi formación universitaria, sobre todo, en la parte de los últimos semestres, me ha movido un gran interés por conocer a los medios de comunicación que tienen fines sociales altruistas con la sociedad.

Es importante de igual recalcar que no estudiar este tema provocará un vacío de conocimiento sobre el contenido cultural que generan las personas en situaciones desfavorables en la Ciudad de México. Es decir, acercarse a estos temas desde la Academia se puede dar a conocer y estudiar cómo, a través de una publicación se le da voz a otros sectores de la sociedad sobre una perspectiva cultural de su país.

Generar una aproximación desde los medios alternativos periodismo podrá proveer y generar otras formas de conocimiento y así, generar nuevas líneas de investigación sobre la sociedad mexicana y cómo es que ésta participa en diferentes dinámicas de integración social – entendiendo la revista “Mi Valedor” a través de su discurso de reinserción social de poblaciones vulnerables y excluidas en la Ciudad de México –. Al no ser abordado este tema, puede existir un hueco de información importante, debido a que al ser una revista con un tiraje muy bajo y una distribución de mano en mano, puede ser muy poco conocido el proyecto y por ende, no se conozca que hay otras formas, por medio de la comunicación, de atender problemáticas sociales y de buscar una participación de “los sin voz”.

Retomando el cuerpo teórico crítico de textos visuales de Gonzalo Abril (2012) los textos visuales siempre tienen una lectura activa por parte del receptor, lo que se busca es el análisis de la mirada socio-semiótica que busca indagar en los procesos culturales cuestiones de ideologías, significación cultural y relaciones de poder, entendido como la realidad de lo visible.

Esta sección busca precisar el aparato crítico con el que se realizará más adelante el análisis de la revista “Mi Valedor”; sin embargo, antes hay que tener en cuenta, para un mejor entendimiento estos conceptos. Gonzalo Abril menciona en su texto “Tres dimensiones del texto y de la cultura visual” (2012) que:

(Un texto verbovisual) “Entiendo que “texto” ha de designar cualquier unidad de comunicación, generalmente multisemiótica (o “multimodal”, según el vocablo de moda), sustentada por una práctica discursiva e inserta en una(s) red(es) textual(es), que puede integrar o no elementos verbales, y que por ende no debe identificarse restrictivamente con ellos. (p. 16)

Esta línea de pensamiento de Gonzalo Abril permite ver lo siguiente y explica mejor de manera más concreta su visión sobre <<el texto>>:

“Texto no tiene, como a veces se cree, una especie de débito originario con el texto literario, un pecado original de literariedad. Por el contrario, su sentido etimológico de tejido o textura lo hace especialmente apto para remitir a esa ‘trama’ de cualidades visuales en consiste a un primer análisis el texto visual.” (p. 16)

Para los objetivos de esta presente investigación, esta categoría de los textos verbo-visuales de Abril (2012) se refiere a que un texto puede ser algo escrito, como una imagen, ambas cuentan con un discurso y una ideología. Si lo dirigimos al proyecto que se analiza – la revista “Mi Valedor” –, encontraremos que es una producción verbovisual, debido a que su contenido se conforma tanto por textos literarios, imágenes – como ilustraciones –, y sobre todo, producción fotográfica. Logrando entonces, estas tramas visuales que propone Gonzalo Abril.

Al hablar de <<visualidad>>, Abril (2012) propone:

Llamamos “trama visual” al conjunto de significantes visuales que conforman el plano de la expresión de un texto visual, construyen su coherencia y preparan el conjunto de sus efectos semióticos. [...]En otros términos: vemos a través de los ojos de nuestra cultura, de los sistemas simbólicos, conocimientos, valores y estereotipos adquiridos a través de la enculturación. Y a través de nuestra experiencia más o menos particular de lectores de textos, incluidos los textos visuales. [...] no se trata tanto de saber “qué significan” los textos visuales, cuanto de indagar qué hacen los emisores al producirlos y los receptores al interpretarlos, cómo los sujetos de la comunicación construyen sentido cuando interactúan “a través de” ellos. (p. 20, 23 y 25)

Esta aproximación a la visualidad la relacionaré principalmente con los hallazgos del análisis. Es decir, a través de lo que se puede ver – de manera coherente y sobre cómo articula el discurso del proyecto de “Mi Valedor” –, en su conjunto de fotografía y textos literarios en las piezas a analizar. Esta categoría es relevante debido a que la visualidad construye un sentido para los consumidores de la revista y define cómo se da la interacción entre los mismos con dicha producción verbovisual.

Al hablar de <<la mirada>>, Abril (2012) menciona:

[...] Al mirar y hacer mirar seleccionamos, de modo consciente o no, lugares de enunciación construidos y asignados como posiciones sociales: la mirada patriarcal, la mirada de clase dominante (quien no baja los ojos frente a quien ha de bajarlos, etc.), la mirada de sujeto resistente, o cómplice, o indiferente a la dominación del otro, etc. [...] la mirada es orientada y restringida conforme a variadas formas de prevención y decoro. (p. 28 y 29)

Esta categoría servirá para el análisis debido a que en el caso de la revista “Mi Valedor” encontramos una dicotomía muy interesante. Por un lado, esta producción impresa busca ofrecer significados sobre la Ciudad de México – temas urbanos y culturales de la Ciudad – justamente y aparentemente, a través de la mirada de los creadores del proyecto, así como las personas en situación de calle. Se dice, aparentemente de las personas en situación de calle, ya que más adelante se hablará sobre qué tanto peso se le da “a la mirada” de las personas en situación de calle en el proyecto de “Mi Valedor”. En este caso, el rol de mirar es muy diverso. En cierto sentido, hay un conjunto de miradas que se cruzan con “Mi Valedor”. Está la mirada de quienes produjeron el contenido, y también, de quienes consumen esta producción y a su vez quién analiza este proyecto.

Para finalizar, Abril (2012) menciona sobre la <<imagen>> que:

Imagen no coincide con visualidad, porque [...] las imágenes no son necesariamente visuales y porque en el caso de los textos visuales gran parte de lo que llamamos “imagen” es ajeno a lo visible, o netamente invisible, aunque se relacione necesariamente con/por medio de la visualidad. [...] Las imágenes siempre adhieren algún imaginario social, son a la vez parte y resultado de esos imaginarios. [...] (Abril hace una cita de Rancière [2010, p. 104]) en la que menciona que: desplazándose de lo estético a lo político, insiste en las condiciones de comunidad, diríamos de sentido compartido, que presuponen las imágenes: “lo que llamamos imagen es un elemento dentro de un dispositivo que crea cierto sentido de realidad, cierto sentido común”, que no consiste sino en una “comunidad de datos sensibles”, compartibles. (p. 29, 31)

Este elemento sella su importancia debido a que más adelante, dentro del análisis de la revistas de “Mi Valedor” – enunciadas como “Hechas por Valedores”, encontraremos estas tramas de significación más asentadas. Es decir, los imaginarios a los que apela la publicación adquieren un sentido debido al discurso que está construido alrededor de ellos. Símbolos de un discurso de víctima y de superación podrían abonar a esta discusión sobre los imaginarios que buscan representar dentro de la revista.

4.1.3. Sobre el análisis narratológico. Una perspectiva de Mieke Bal

Para este apartado, se desarrollarán los conceptos sobre los elementos narrativos más importantes a partir de Mieke Bal (2009). En este libro “Narratology” (Traducción: “Narratología”), se establecen los puntos de partida para realizar el análisis narrativo. Estas herramientas teóricas permitirán conocer más a fondo parte de la estructura del discurso narrativo de las personas en situación de calle, además arrojará otros datos sobre estas tramas de significación del contenido de la revista callejera mexicana “Mi Valedor”.

Bal (2009) define esta perspectiva teórica sobre la narratología de la siguiente forma: “[Traducción] La narratología es el conjunto de teorías de narrativas, textos narrativos, imágenes, espectáculos, eventos; artefactos culturales que "cuentan una historia". Tal teoría, ayuda a comprender, analizar y evaluar narrativas.” (p. 3) Esta introducción se apega mucho a los otros marcos teóricos de análisis con los que cuenta investigación. Debido a que la narratología parte del supuesto de analizar, comprender y evaluar las narrativas que se encuentran insertas en textos narrativos que ‘cuentan una historia’. En el caso de este trabajo académico, como es bien sabido, los textos narrativos sujetos de análisis son los dos números especiales de la revista callejera mexicana “Mi Valedor”, enunciadas como “hechas por valedores”. Debido a que uno de los puntos específicos a responder en esta investigación es sobre cómo se representan y auto-representan las personas en situación de calle en los textos verbo-visuales de la producción impresa de “Mi Valedor”.

Continuando con la revisión teórica de Bal (2009), ella menciona su modelo de análisis lo siguiente:

[Traducción] Los conceptos que se presentan aquí deben considerarse como herramientas intelectuales de interpretación. Estas herramientas son útiles porque permiten a sus usuarios formular una descripción interpretativa de tal manera que sea accesible para otros. [...]

El punto es que, si la descripción de un texto se entiende como una propuesta que se puede presentar a otros, el hecho de que la descripción se formula en el marco de una teoría sistemática que conlleva una ventaja importante: facilita la discusión de la propuesta descripción. (p. 4)

Como se ha mencionado, esta investigación sobre las revistas callejeras busca hacer una descripción de dicho proyecto, a través del análisis crítico del discurso y un análisis narratológico, con el cual abone a la discusión académica sobre cómo está formulado el contenido de “Mi Valedor”. Por eso, al hacer una descripción se realiza una forma de interpretar este contenido a través del uso del lenguaje y de la imagen.

Bal (2009) menciona qué se debe de entender por un <<texto>>:

[Traducción] [...] Un texto es un todo finito y estructurado compuesto de signos. Estas pueden ser unidades lingüísticas, como palabras y oraciones, pero también pueden ser signos diferentes, como tomas y secuencias cinematográficas, o puntos pintados, líneas y manchas. El conjunto finito de signos no significa que el texto en sí mismo sea finito, ya que sus significados, efectos, funciones y fondo no lo son. Solo significa que hay una primera y una última palabra para identificar; una primera y una última imagen de una película; un cuadro de una pintura, incluso si esos límites, como veremos, son provisionales y porosos. (p. 5)

Esta definición del texto de Bal es muy compatible con marco teórico de Gonzalo Abril (2012)³⁸ previamente presentado en este capítulo – acerca del los textos verbo-visuales –. En este sentido, estas tramas visuales, ya sean palabras o imágenes, al final son un todo finito estructurado compuesto de signos que se insertan en lógicas de significación sobre algo en específico.

Complementando la visión de texto de Bal (2009), ella cuenta con un marco tripartita para entender los <<textos>>:

[Traducción] [...] Un texto narrativo es un texto en el que un agente o sujeto transmite a un destinatario ('cuenta' al lector) una historia en un medio particular, como el lenguaje, las imágenes, el sonido, los edificios, o una combinación de los mismos. Una historia es el contenido de ese texto y produce una manifestación, inflexión y "coloración" particular de una fabula; la fabula se presenta de cierta manera. Una fabula es una serie de eventos relacionados lógica y cronológicamente que son causados o experimentados por actores. (p. 8)

En este sentido, a partir de este enfoque tripartita, se busca describir de la revista callejera “Mi Valedor” cómo está constituido el texto narrativo del contenido, es decir, cómo un agente o sujeto cuenta una historia en un medio particular. Recalcando que esa (s) historia (s) son el contenido de dicho texto y cuenta con una intención de contar un evento, que se circunscribe en el elemento de la fabula, que es la manera en cómo están ordenados los eventos que experimentan los actores de la historia. Explicado lo anterior, resulta pertinente y fundamental para esta investigación dicho enfoque, ya que es la forma de

³⁸ Recordar que, para esta investigación los textos se entienden también a partir de la mirada de Gonzalo Abril (2012). Recordando su definición sobre texto:

“Texto no tiene, como a veces se cree, una especie de débito originario con el texto literario, un pecado original de literariedad. Por el contrario, su sentido etimológico de tejido o textura lo hace especialmente apto para remitir a esa ‘trama’ de cualidades visuales en consiste a un primer análisis el texto visual.” (p. 16)

responder de manera más profunda la pregunta central de esta investigación: ¿Cómo aparecen representados las personas en situación de calle en los textos verbo-visuales de la revista callejera “Mi Valedor”?

Retomando la perspectiva de Bal (2009) sobre su marco teórico que tiene como característica un enfoque interpretativo, afirma:

[Traducción] La teoría presentada aquí es un instrumento para hacer descripciones y, por lo tanto, interpretaciones, discutibles. Ese es el punto, no la objetividad o la certeza, "estar en lo correcto" o "demostrar lo incorrecto".

Tales discusiones son posibles y relevantes porque la interpretación es tanto subjetiva como susceptible a las limitaciones culturales. Definen a cada lector como un ser cultural; un participante en una discusión continua sobre el significado. [...] Esto convierte el análisis narrativo en una actividad de análisis cultural. (p. 13)

Es preciso retomar el punto de vista de Bal sobre su teoría a raíz de la interpretación. Como lo menciona y se ha recalcado en este trabajo académico, al hacer una descripción sobre la revista callejera “Mi Valedor”, se convierte en una interpretación discutible, que tiene como puntos focales teorías y marcos interpretativos desde una óptica, que no abarca en su totalidad al proyecto de “Mi Valedor”. Dicha interpretación se convierte entonces en un análisis cultural, por ende, en esta investigación se toma a la revista callejera de “Mi Valedor” como una producción material de la cultura, pues se inserta en tramas de significación en un contexto, en este caso, la Ciudad de México, temas urbanos y personas en situación de calle.

Sobre los componentes de la teoría narrativa de Bal

A continuación estableceré subtemas para desarrollar y plasmar las ideas teóricas de cada una de las partes del enfoque tripartita de Narratología de Bal (2009). Esto es, referir los conceptos más importantes que se utilizarán en el presente trabajo para analizar los textos narrativos de “Mi Valedor”. Recordando que las partes de la teoría de Bal se dividen en: *Texto*, *Historia* y *Fábula*, mismos que se presentarán en ese orden.

Texto

Para esta parte, recordaré que un <<texto narrativo>>, según Bal (2009) es:

[Traducción] Un texto narrativo es un texto en el que un agente narrativo cuenta una historia. Cuando [...] hablo sobre el agente narrativo o narrador, me refiero a un tema lingüístico, visual, cinematográfico, una función y no una persona que se expresa en el lenguaje que constituye el texto. (p. 15)

Este apartado es fundamental y se desarrollará posteriormente. Uno de los elementos clave de la cita anterior tienen que ver directamente con el texto. Se trata, justamente del <<narrador>>, que también será un elemento fundamental para hablar de los textos narrativos de “Mi Valedor”. Sobre dicha categoría del <<narrador>>, Bal (2009) menciona:

[Traducción] El narrador es el concepto más central en el análisis de textos narrativos. La identidad del narrador, el grado y la manera en que esa identidad se indica en el texto, y las elecciones que están implícitas le otorgan al texto su carácter específico. [...]

El hecho de que la "narración" tiende a implicar focalización se relaciona con la noción de que el lenguaje da forma a la visión y la visión del mundo, y no al revés. (p. 18)

Como se menciona, el narrador es una forma de entender la historia, debido a que quien narra la historia y el contenido le da sentido y forma a la visión que se tiene de un tema en específico. En otras palabras, el narrador es quien selecciona cómo se cuenta la historia. Hay dos formas básicas de entender al narrador, de acuerdo con la perspectiva de Bal (2009):

[Traducción] Cuando en un texto, un narrador nunca se refiere explícitamente a sí mismo como un personaje, hablamos de un narrador externo (EN) [Por sus siglas en inglés]. Este término indica que el agente narrador no figura en la fabula como actor. Por otro lado, si el [narrador] debe identificarse con un personaje, por lo tanto, también un actor de la fabula, hablamos del narrador vinculado al personaje, un CN [Por sus siglas en inglés]. (p. 21)

En este sentido, entender esta distinción de narradores, resultará útil para el análisis de elementos narrativos, ya que será una forma de: (1) saber quién escribió el texto, (2) si ese autor también funge como

narrador de su propia historia, (3) si alguien más está narrando esa historia, que se aleje del autor y cómo se está contando la historia. Es parte de describir, entonces cómo se narran las historias de “los valedores” en la revista, o si hay alguien externo que, de cierto sentido, no le está permitiendo contar su historia.

Un elemento a tomar en cuenta al momento de realizar el análisis narratológico es sobre cómo se representan las visiones en el texto. Al respecto, Bal (2009) menciona:

[Traducción] Las partes del texto que se refieren a algo general se denominan mejor argumentativas. Los pasajes textuales argumentativos no se refieren a un elemento (proceso u objeto) de la fabula, sino a un tema externo. [...]

No solo las opiniones, sino también las declaraciones sobre el estado real del mundo están comprendidas en esta definición [...] Las oraciones de este tipo también comunican no más que una visión de la realidad. (p. 32)

Este tema es fundamental para esta investigación, debido a que responde y se adecúa a las preguntas de investigación sobre cómo son estas representaciones de las personas en situación de calle en el contenido de la revista “Mi Valedor”. Es decir, existe una elección de palabras con el objetivo de representar las visiones de la realidad, inscritas en el contenido de la publicación callejera.

Dentro de estas visiones de la realidad, que se generan en los contenidos narrativos, Bal (2009) habla sobre la función descriptiva, que es:

[Traducción] La descripción es un sitio privilegiado de focalización y, como tal, tiene un gran impacto en el efecto ideológico y estético del texto. Pero también es una forma textual particular, indispensable, de hecho, omnipresente en la narrativa.

[...] Los pasajes descriptivos [...] ayudan a que el mundo imaginado de la fabula se vuelva visible y concreto. Lógicamente, los elementos de la fabula deben describirse para que sus funciones tengan sentido. (p. 35 y 36)

Más adelante, insertaré la definición de Bal (2009) sobre <<focalización>>³⁹ - la cual, a grandes rasgos y para entender este apartado, tiene que ver con el sujeto que atestigua lo que está sucediendo en la historia. Por ejemplo, el fotógrafo periodístico se vuelve el focalizador de los movimientos sociales, como una marcha, pues con sus fotografías está atestiguando lo que sucede, la acción –. Centrándonos en la

³⁹ Bal (2009) introduce una explicación más concreta sobre la función de la <<focalización>>: “[Traducción] Un personaje ve un objeto. La descripción es la reproducción de lo que ve el personaje.” (pág. 42)

<<descripción>>, resulta importante retomarlo ya que ahí, a partir de justamente las descripciones que se realizan en el texto tienen una carga ideológica y es como se le imprime un sentido al contenido narrativo que se está generando para un consumo, en este caso, el contenido narrativo de “Mi Valedor”.

Historia

Para este apartado, referiré los conceptos más importantes que competen al segundo elemento para entender el análisis narratológico de Bal (2009). En este caso, hablo de <<la historia>>⁴⁰, y al respecto pone un par de preguntas en discusión sobre este apartado es:

[Traducción] [...] El objetivo del análisis textual no es dar cuenta del proceso de escritura, sino de las condiciones del proceso de recepción. [...]

La pregunta que subyace en la historia es diferente. ¿Cómo es que un texto narrativo llega al lector de cierta manera? ¿Por qué encontramos hermosa la misma fabulosa cuando es presentada por un escritor y trillada cuando es presentada por otro? (p. 75)

A pesar de que esta tesis se interesa de cierto modo en el proceso de la escritura, es decir, cómo fue producido y editado un texto en la revista “Mi Valedor”, también hay un gran interés en conocer cómo los textos narrativos se estructuran para llegar de cierta manera a los consumidores de la publicación. Por ende, es indispensable conocer los elementos de las historias y así describirlos. Esto derivado de que, en cualquier trabajo narrativo existe un proceso de edición o de <<manipulación>>. Sobre este concepto, Bal (2009) menciona:

[Traducción] La manipulación originalmente significaba simplemente 'manejo', 'tratamiento', y aunque su sentido moderno ha cambiado para incluir connotaciones más favorables, el significado original sigue siendo sinónimo de 'operación'. La fabula es "tratada" y el lector está siendo manipulado por este tratamiento.

[...] Dicha manipulación se lleva a cabo no solo porque los actores se 'convierten en' personajes específicos, se colocan en espacios específicos con relaciones simbólicas y circunstanciales mutuas. (p.76)

⁴⁰ Recordar que Bal (2009) define <<historia>> como: “[Traducción] [...] La historia consiste en las operaciones de arreglo y calificación, las formas en que se presenta la fabula.” (p. 136)

Es preciso mencionar que los trabajos narrativos contienen una carga simbólica de manipulación, que es lo que permite contar las historias de cierto modo, con el objetivo de ofrecer una perspectiva de la fabula o la historia que está contenida en el texto. Lo cual, da paso a uno de los elementos clave para comprender este análisis narratológico, que es la <<focalización>>. Con relación a este concepto, Bal (2009) hace una primera introducción a este, mencionando:

[Traducción] El punto de vista desde el cual se presentan los elementos de la fabula es a menudo de importancia decisiva para el significado que el lector asignará a la fabula. [...] Un conflicto se juzga mejor dejando que cada parte dé su propia versión de los elementos, su propia historia. [...] La perspectiva, entonces, es el aspecto técnico de la ubicación del punto de vista en un agente específico.

[...] (Perspectiva, aquí llamada focalización) [...] (p. 76 y 77)

Como se mencionó anteriormente, uno de los elementos clave en este análisis son los puntos de vista o cómo se focalizan las historias en “Mi Valedor”. Esto abona a la discusión académica en el sentido en cómo, estos textos narrativos de la revista callejera adquieren significado y se les imprime un sentido por medio de la perspectiva de quien cuenta la historia.

Una de las formas de imprimir estos significados es por medio del tiempo, o mejor dicho, sobre cómo se ordenan los eventos que se narran. Bal (2009) habla al respecto:

[Traducción] Jugar con el orden secuencial no es solo una convención literaria, también es un medio para llamar la atención sobre ciertas cosas, enfatizar, provocar efectos estéticos o psicológicos, mostrar diversas interpretaciones de un evento, indicar la sutil diferencia entre la expectativa y realización, y mucho más. (p. 81)

Entiendo esto con los conceptos previamente mencionados, el hecho de narrar una historia implica una descripción de las cosas, mismas que son interpretaciones de quien cuenta la historia, la atestigua, y sobre todo, quien cuenta dicha historia pone el centro de atención en unos elementos y omite otros, con el objetivo de enfatizar algunas cosas y dejar fuera otras. Esto se traduce en elecciones para ordenar las historias y presentarlas con el fin de provocar ciertos efectos sobre el lector. Que en este sentido, es donde entran y van de la mano la ideología y el discurso.

Uno de los aspectos importantes sobre la <<historia>> tiene que ver con la <<repetición>> de eventos en una narración. Al respecto, Bal (2009) señala:

[Traducción] Cuando me refiero a una repetición, me refiero a diferentes eventos para presentaciones alternativas de eventos, que muestran similitudes. La frecuencia más recurrente es la presentación singular de un evento singular. [...]

Una segunda frecuencia ocurre cuando un evento pasa con más frecuencia y se presenta tan a menudo como ocurre. [...] Si tal frecuencia crea un efecto fuertemente repetitivo o no depende de la naturaleza del evento y de la cantidad de atención que se le preste. (p. 110)

Esta categoría nos compete debido a que en los elementos narrativos de la revista “Mi Valedor” una de las formas para enunciarse como una revista callejera es en la repetición en cada edición bimestral que dicho proyecto apoya a poblaciones vulnerables y excluidas. En este sentido, será interesante develar si dentro de los textos narrativos opera esta lógica de la repetición de eventos sobre las personas en situación de calle para generar las historias.

Otro elemento que no puede pasarse por alto es sobre los <<personajes>>, una parte fundamental de la narrativa. En este sentido, Bal (2009) menciona:

[Traducción] Uso el término personaje para las figuras antropomórficas provistas de características específicas sobre las que nos cuenta el narrador. Sus características distintivas juntas crean el efecto de un personaje. [...]

Desde este punto de vista, un actor en la fabula es una posición estructural, mientras que un personaje es una unidad semántica compleja. Como lectores, 'vemos' a los personajes, sentimos con ellos y nos gustan o no. Estos personajes solo se pueden reducir a actores en un proceso de abstracción. [...]

Los personajes se parecen a las personas. La literatura está escrita por, para y sobre personas. (p. 112 y 113)

En este sentido, es importante distinguir sobre los personajes que se presentan y representan en los contenidos narrativos de “Mi Valedor”. Este punto de vista es útil para conocer cómo se constituyen estos personajes para que la gente se identifique o no con ellos y con las historias que los rodean. Para complementar la idea de <<personaje>> Bal (2009) señala:

[Traducción] Es justo decir que los personajes no existen. Sin embargo, las narrativas producen 'efectos de personaje'. El efecto del personaje ocurre cuando la semejanza entre los seres humanos y las figuras fabricadas es tan grande que olvidamos la diferencia fundamental: incluso llegamos a identificarnos con el personaje, llorar, reír y buscarlo o con él, o incluso en contra, cuando el personaje es un villano. (p. 113)

Como comenté anteriormente, estas narrativas producen efectos de personaje para identificarnos o no con ellos. Es decir, asumen procesos de identificación o bien – “identidades” – con los seres humanos, o como dice su nombre poseen características y así obtener semejanzas con el lector. En el discurso de “Mi Valedor”, la palabra “valedor” ya implica un personaje. En la revista se enuncia⁴¹ esta palabra para identificarse como una persona que ayuda a los demás y trabaja por salir adelante.

Retomo también esta visión de <<personaje>> debido a que es un elemento recurrente de “Mi Valedor”, debido a su razón de ser, que genera contenido narrativo sobre diferentes temáticas. Sin embargo, un punto a considerar en la construcción de <<personajes>> como héroes para generar una mayor aceptación o identificación con el lector es, según Bal (2019) lo define de la siguiente forma:

[Traducción] ¿Quién es el héroe? Muchas características problemáticas se han acumulado en el término, tanto que es mejor dejarlo solo. La capacidad del lector para identificar al héroe se ha presentado como criterio. [...] Otro criterio es la cantidad de aprobación moral que el héroe recibe del lector. [...]

Pero 'héroe' implica una semántica más positiva de la que se justifica. Como mínimo, hay que distinguir entre el héroe activo y exitoso, el héroe víctima y el antihéroe pasivo. (p. 133)

Uno de los elementos que se relaciona con esta investigación es, justamente la relación del personaje como un ‘héroe-víctima’, tomando en cuenta que para este trabajo, hay un marco teórico que busca poner en discusión la narrativa de la revista callejera de “Mi Valedor”, en cuanto a la construcción de “los valedores” como poblaciones vulnerables y excluidas, agregando una estructuración en el contenido como víctimas de esta exclusión de la sociedad. Reitero, no se pone en discusión la calidad de vida que tienen “los valedores” y sobre todo, no se discute que realmente necesiten alternativas para salir adelante. Este análisis ronda sobre el discurso y cómo se generan las representaciones en las narrativas de la revista. Continuando con la categoría ‘héroe víctima’ de Bal (2009), la autora explica: “[Traducción] El ‘héroe víctima’ se enfrentará a oponentes, pero no los vencerá.” (p. 133) A pesar de esta categoría, se piensa en la flexibilidad de este ‘héroe’ en “Mi Valedor”, quien lucha por salir de su condición de exclusión; sin embargo, no podrá salir de ella, ya que el proyecto necesita de personas en situación de calle para poder existir o si en la narrativa siempre se le representará como una persona que no puede salir vencedor de sus problemas, una categoría muy problemática para analizar.

Otro elemento que abona al análisis de la revista “Mi Valedor” tiene que ver con <<el espacio>>, una forma narrativa que Bal (2009) describe como:

⁴¹ Sobre esta declaración, ver el video oficial del canal de YouTube de “Mi Valedor” donde se explica esta característica: <https://www.youtube.com/watch?v=4Zkju8Xxb4s> a partir del min 3:00.

[Traducción] Los espacios funcionan en una historia de diferentes maneras. Por un lado, son solo un marco, un lugar de acción. [...] El espacio también puede permanecer completamente en segundo plano. Sin embargo, en muchos casos el espacio es tematizado: se convierte en un objeto de presentación en sí mismo, por sí mismo. El espacio se convierte así en un lugar de actuación más que en un lugar de acción. Influye en la fabula, y la fabula se subordina a la presentación del espacio. El hecho de que 'esto está sucediendo aquí' es tan importante como 'la forma en que está aquí', lo que permite que estos eventos sucedan. [...] El héroe de un cuento de hadas tiene que atravesar un bosque oscuro para demostrar su valor. Entonces hay un bosque. (p. 139)

Veremos en los análisis del contenido narrativo de “Mi Valedor” que el <<espacio>> funge como un elemento en el que muchas historias se subordinan a este elemento. Es decir, es tan importante lo que se cuenta, pero le da más sentido el espacio en donde se desarrolla las piezas narrativas, sobre todo, cuando son elaboradas “por los valedores”, ya que su contexto les permite narrar esa historia: “desde la calle”. Podríamos decir que la calle es el lugar en el que ponen a prueba su valor sobre cómo salir adelante de dicha condición. Por ende, es un lugar que permite que los eventos sucedan – cómo se describen –, que le imprime un sentido al lugar de enunciación.

Pasando al elemento importante, que previamente se mencionó a grandes rasgos, a continuación se desarrollará con mayor profundidad. En este caso, me refiero a <<la focalización>>. Un elemento de suma importancia y que ayudará a construir una mejor descripción de los elementos narrativos de “Mi Valedor”. Al respecto, Bal (2009) define los elementos de la <<focalización>> como:

[Traducción] [...] Siempre que se presentan eventos, siempre se presentan desde una cierta 'visión'. Se elige un punto de vista, una cierta forma de ver las cosas, un cierto ángulo, ya sea que los hechos históricos 'reales' estén relacionados o sean eventos ficticios. Esta inclinación, o por qué no decir la palabra, la naturaleza subjetiva de la narración de historias es inevitable, y negarlo constituye en mi mente un acto político dudoso. [...] Sin embargo, la percepción es un proceso psicósomático, que depende en gran medida de la posición del cuerpo que percibe [...] La focalización es, entonces, la relación entre la visión y lo que se 've', se percibe. (p. 145 y 146)

Como se ha mencionado con anterioridad, <<la focalización>> ayudará a comprender el lugar de enunciación de quien ve y percibe los hechos que se plasma en el contenido narrativo de “Mi Valedor”. El punto de atención reside en develar quién es el focalizador, si realmente es quien está contando la historia o es una historia en la que se mira desde otro ángulo. Como se ha mencionado, el narrador puede ser el focalizador, así como ser independiente de éste, y justamente ahí es donde reside este lugar de

enunciación. Si los “valedores” son los focalizadores en el material narrativo o simplemente, alguien está hablando en nombre de “los valedores”. Una distinción muy problemática a analizar.

Dentro de los elementos de <<la focalización>>, Bal (2009) menciona al respecto:

[Traducción] La relación entre el signo (el relieve) y su contenido (la fabula) solo se puede establecer mediante la mediación de una capa adyacente, la 'vista' de los eventos. [...] Cada verbo de percepción (ver) en este informe indica una actividad de focalización. Cada verbo de acción indica un evento.

La focalización es la relación entre la 'visión', el agente que ve y lo que se ve. Esta relación es un componente de la parte de la historia, del contenido del texto narrativo: "A" dice que "B" ve lo que está haciendo "C". [...] El sujeto de la focalización, el focalizador, es la forma puntual en la que se ven los elementos. Ese punto puede recaer en un personaje (es decir, un elemento de la fabula) o fuera de él. (p. 149)

En este sentido, como se ha manejado anteriormente, el focalizador es una entidad narrativa que describe lo que ocurre en la historia, a partir de lo que mira. Una entidad evidentemente subjetiva, ya que esta percepción emana de los sentidos, en este caso principalmente de la vista. Como se ha comentado también, esta focalización puede recaer en un personaje de la fábula o fuera de ella. Al respecto, Bal (2009) señala:

[Traducción] Si el focalizador coincide con el personaje, ese personaje tendrá una ventaja sobre los otros personajes. El lector observa con los ojos del personaje y, en principio, se inclinará a aceptar la visión presentada por ese personaje. [...]

Cuando la focalización recae en un personaje que participa en la fabula como actor, podríamos referirnos a la focalización interna. Entonces podemos indicar por medio de la focalización externa de término que un agente anónimo, situado fuera de la fabula, está funcionando como focalizador. Tal focalizador externo, sin carácter, se abrevia EF. (p. 149, 151)

Como se puede apreciar, el focalizador que coincide con el personaje, tendrá una ventaja de conocer más elementos de la historia, que los otros personajes, con lo cual el lector observará a partir de la percepción de dicho personaje, es decir, convivirá con su visión. Sin embargo, también existe la contraparte, que es un focalizador que es un agente anónimo, el cual está afuera de la fábula. Para cerrar el apartado de <<la focalización>> es pertinente establecer que Bal (2009) menciona:

[Traducción] Además, la focalización es, en mi opinión, el medio de manipulación más importante, más penetrante y más sutil. El análisis de los informes de los periódicos que tienen como objetivo revelar la ideología oculta incrustada en dichos informes debe involucrar la focalización en su investigación, y no restringirse al llamado análisis de contenido, es decir, el contenido del análisis semántico. (p. 176)

Fábula

Para este apartado, se establecerán, de igual forma, los conceptos teóricos que competen a este tercer elemento del enfoque tripartita de “Narratología” de Bal (2009). Recordando que la <<fabula>> es una serie de eventos relacionados lógicamente y cronológicamente que son causados o experimentados por actores. (p. 8) Que, a su vez, Bal (2009) define estos <<eventos>> de la siguiente forma: “[Traducción] He definido los eventos [...] como la transición de un estado a otro, causada o experimentada por actores. La palabra “transición” enfatiza el hecho de que un evento es un proceso, una alteración. (p. 189)

Muchas veces, según explica Mieke Bal, esta transición de un evento al otro, se logra por medio de elecciones de los actores, es decir, al determinar estas elecciones, será como se desarrolle la historia. Al respecto, Bal (2009) señala: “[Traducción] Los eventos funcionales abren una opción entre dos posibilidades, realizan la elección o revelan los resultados de tal elección. Se hace una elección, determina el curso posterior de los acontecimientos en el desarrollo de la fabula.” (p. 191) Es decir, estas múltiples elecciones se definen y es lo que da sentido y desarrollo a la historia. En cierto sentido, también se imprime el significado y la ideología para elegir ciertos escenarios y dejar fuera otros.

En este apartado, Bal (2009) establece otras perspectivas sobre los <<actores>>, parte fundamental de los textos narrativos. Al respecto, la autora menciona:

[Traducción] La primera y más importante relación es entre el actor que persigue un objetivo y ese objetivo en sí mismo. Esa relación puede compararse con la que existe entre sujeto y objeto directo en una oración. Las dos primeras clases de actores a distinguir, por lo tanto, son sujeto y objeto: el actor 'x' aspira a la meta 'y'. (p. 203)

Esta relación es muy sencilla, debido a que, en este caso, existen sujetos en los contenidos narrativos de “Mi Valedor” que aspiran a cierta meta. Sin embargo, no siempre el objeto al que se aspira es una cosa, puede ser también una persona. Es donde se establecen relaciones de poder, a los que Bal (2009) explica de la siguiente forma:

[Traducción] La intención del sujeto en sí misma no es suficiente para alcanzar el objeto. [...] Esta relación puede verse como una forma de comunicación y, en consecuencia, podemos distinguir una clase de actores, que consiste en aquellos que apoyan al sujeto en la realización de su intención, suministran el objeto o permiten que sea suministrado o dado, a quien llamamos 'el poder'. La persona a quien se le 'da' el objeto es el receptor. [...] y 'receptor' sugiere una intervención activa o una participación activa, y esto no siempre se aplica, por eso 'poder' es quizás un mejor término.

A menudo, el poder no es una persona, sino una abstracción: por ejemplo, la sociedad, el destino, el tiempo, el egoísmo humano o la inteligencia. El receptor también puede estar encarnado en una persona. (p. 204)

En este sentido, encontramos un término narrativo muy importante en "Mi Valedor". Sobre los "sin voz" o los síntomas de "invisibilización" de las personas en situación de calle, la revista callejera, en el discurso menciona que los "valedores" quieren cambiar sus condiciones; sin embargo, esta revista es quien da "el poder" a los "valedores" de poder realizar esta acción. No basta con la intención, como dice Bal, sino, que hay otros actores que apoyan al sujeto en esta realización para alcanzar dicho objeto y ayudar a las poblaciones vulnerables y excluidas. También, este concepto del poder es un punto de partida de análisis que se discutirá más adelante. Sobre esta relación del 'poder' también Bal (2009) comenta:

[Traducción] Sobre la base de este análisis, se obtiene una idea de las relaciones entre los poderes que forman la base de la versión convencional no invertida. Visto gramaticalmente, el sujeto activo es pasivo en su papel de receptor; debe esperar y ver si recibirá el objeto deseado. Por otro lado, el objeto pasivo es también un sujeto, y por lo tanto más autónomo, en el papel del poder. (p. 205)

Esta idea se retomará también para el análisis, al mirar "al valedor" como un sujeto pasivo o no, para recibir el objeto deseado (el poder salir de esta exclusión social). Sin duda estas formas de poder abonarán a la discusión más adelante, debido a que se medirá la capacidad de acción de los sujetos. Estos elementos son los más importantes para poder mirar y describir los contenidos narrativos seleccionados de las revistas callejeras especiales de "Mi Valedor".

4.3. Sobre las categorías principales

Esta sección presenta las categorías teóricas para un mejor entendimiento de esta investigación fueron seleccionadas a partir de diferentes autores. Las categorías principales para comprender esta investigación son:

Alternative media

Como se ha mencionado, esta categoría es el encuadre con el que se mira a la revista callejera “Mi Valedor”, debido a que es, justamente, una publicación impresa que busca – como alternativa – atender por medio de contenido narrativo una coyuntura en la Ciudad de México, que es las personas en situación de calle. Es decir, estos medios alternativos buscan atender a las minorías u otros grupos que muchas veces quedan relegados de las agendas de los medios masivos o que simplemente, no encuentran un lugar en ese espacio para opinar o comunicarse.

Retomando la visión de Atton (2002), referenciada en el Capítulo III, los medios alternativos son:

[Traducción] Los medios alternativos y los medios radicales apenas aparecen en las tradiciones teóricas dominantes de la investigación de los medios. Esto es sorprendente, ya que algunos relatos teóricos parecen tener espacio para ellos. El análisis marxista clásico de los medios de comunicación contiene en su interior la semilla de dicho espacio, en el sentido de que los medios alternativos pueden considerarse que ofrecen relaciones de producción radicales y anticapitalistas, a menudo unidas a proyectos de perturbación y ruptura ideológicas. (p. 8)

Discurso

Para esta investigación se entiende como todo contenido narrativo ‘verbovisual’ que se inserta en tramas de significado sobre un cierto fenómeno. Es entonces, que el discurso a analizar es el de la publicación callejera “Mi Valedor”. Parte de esta definición se entiende a partir de Machin y Andrea Mayr (2012) en su manual titulado “How to do critical discourse analysis. A multimodal introduction” (traducción: Cómo hacer un análisis crítico del discurso. Una introducción multimodal). Presentado previamente en el capítulo III de este trabajo académico:

[Traducción] [...] El discurso es el lenguaje en el contexto real de uso [...] el discurso opera por encima del nivel de la gramática y la semántica para 'capturar lo que sucede cuando estas formas de lenguaje se desarrollan en diferentes ámbitos sociales, políticos y culturales [Simpson y Mayr, 2010: 5]

[...] Un discurso se puede comunicar por referencia a actores sociales específicos que a su vez significarán tipos de acciones, valores e ideas sin que se especifiquen. (p. 20 y 219)

Se pretende descifrar a través del análisis crítico de discurso y el análisis narratológico este lenguaje que opera en la revista callejera “Mi Valedor” como vehículo de significado sobre temas urbanos y de situación de calle en la Ciudad de México.

Ideología

Sobre este término, que va de la mano de discurso, responde a una de las preguntas fundamentales de esta investigación que es mirar cómo son las representaciones en el discurso de la revista callejera. Retomando lo que en el Capítulo III se definió por <<ideología>>, se presenta nuevamente la visión de Machin y Andrea Mayr (2012) sobre el lenguaje, los autores mencionan sobre ideología:

[Traducción] Las ideologías son simplemente representaciones del mundo, son visiones del mundo, visiones sobre cómo debe organizarse la sociedad. Todos tenemos una ideología, pero el análisis de la ideología generalmente está asociado con esas visiones del mundo que están asociadas con el poder y la explotación. [...] Hemos considerado la ideología del capitalismo, que busca naturalizar la organización de la sociedad con el propósito de que los ricos puedan generar más capital. (pág. 220)

Revistas callejeras

En términos concretos, este concepto se establece en esta investigación debido a que el objeto de estudio está enmarcado como eso: una revista callejera⁴². No es precisamente periodismo ciudadano o comunitario, aunque cabe aclarar que se vale de las herramientas periodísticas para generar su contenido –

⁴² En esta sección aparece descrita la revista “Mi Valedor” en su página oficial: <https://mivaledor.com/modelo/>

como crónicas, documentales y fotografía – sin embargo, este contenido se realiza también a partir de procesos artísticos y narrativos que abonan a dicho contenido.

Para esta investigación, una buena definición de los periódicos callejeros ya fue puesta en el Capítulo II del presente trabajo académico, a través de la visión de Pérez-Bermúdez y Magallanes (2009):

[Traducción] Los periódicos de la calle son compañías socialmente orientadas que permiten a las personas sin hogar y socialmente excluidas obtener ingresos vendiendo las publicaciones. Este tipo de esfuerzos han beneficiado a las personas sin hogar, los desempleados de larga duración y los inmigrantes documentados e indocumentados al brindarles una oportunidad laboral que cubre sus necesidades de subsistencia. [Pérez-Bermúdez 2007] (p. 655, 656)

4.4. Selección de instituciones documentales, escenarios y participantes

Para completar la información de los análisis, describiré las instituciones documentales, escenarios y participantes que formaron parte del corpus o bien, del objeto de estudio. Para estructurar este apartado se mencionarán algunos pasos que se dieron durante la investigación para ayudar a seleccionar las unidades de las que se realizó un análisis crítico, mismos que sirvieron para poder comprender mejor los objetos pues, a través de la observación y las entrevistas, se obtuvo información que no estaba en los textos y en las imágenes de las revistas analizadas. Esta herramienta obedece a una aproximación cualitativa. Estas herramientas permitieron realizar una jerarquización y orden de los hechos y una secuencia cronológica sobre lo más relevante que ha presentado este proyecto – la revista “Mi Valedor” – desde su nacimiento hasta el último número en 2019, tomando en cuenta las dos ediciones especiales llamadas “Hechas por Valedores”, en las que se presume en la revista callejera, que son producciones con un contenido hecho por los beneficiarios del proyecto “Mi Valedor”.

Sobre las instituciones documentales

El centro de atención para seleccionar las instituciones documentales radica en los números publicados de la revista callejera “Mi Valedor”. Al iniciar este proceso de investigación tuve la oportunidad de encontrar a un “valedor” en la Fuente de Las Cibeles, en la Col. Roma de la Ciudad de México durante el verano del 2017. Él me presentó el proyecto y me pidió que comprara una revista. En ese entonces, se trataba del volumen 12, titulado “Gringolandia”.

Pregunté al “valedor” sobre cómo podía conseguir los números anteriores al 12, debido a que para describir la revista desde el punto de vista académico, aún no se ha realizado información al respecto, por ende, tener los demás números sería un paso adelante para sustentar dicha investigación. El “valedor” mencionó que, debido a la baja cantidad de impresión y que, además son ediciones coleccionables, muy probablemente ya habían sido vendidos todos estos números.

Posteriormente, pregunté a parte del equipo del proyecto de “Mi Valedor” sobre dónde podría encontrar disponibles los primeros números. Ellos comentaron que ya no estaban en venta dichos números. Sin embargo, un año después, en la página de internet pude encontrar todas estas ediciones, mismas que a la entrega todavía se encuentran disponibles en el siguiente vínculo:

- <https://mivaledor.com/ediciones/> Una vez que se ha entrado a esta página, las ediciones aparecen con la portada, misma que cuenta con un vínculo para revisar los documentos por un navegador de internet.

Sobre los escenarios

Para este apartado, en esta investigación por escenarios se entiende los eventos que realizó el proyecto “Mi Valedor” para dar a conocer ciertas publicaciones o bien, para recaudar fondos o generar dinámicas de venta en la calle con los consumidores y conocedores del proyecto.

En un principio, nuevamente como no existía información de carácter académico sobre esta publicación, se buscó fue asistir a uno de los talleres creativos que se ofrecen en las oficinas de “Mi Valedor”, ubicadas en Bucareli 69 C, Colonia Juárez, en la Ciudad de México. Este escenario arrojó información sobre cómo son generados los contenidos que se realizan para la publicación callejera.

Este taller estuvo a cargo de, en ese entonces, la coordinadora de textos de “Mi Valedor”, Paula García, quien impartió un taller de escritura sobre el siguiente número que saldría unos meses después llamado “Vol. 15 La edad de oro”. Este taller fue impartido el 16 de noviembre del 2017. En el apéndice, estará transcrito cómo se llevó a cabo dicho taller, y en los anexos usted podrá encontrar el audio para conocer más este taller.

Los otros escenarios vinieron después. Con la colaboración de un académico, el Maestro José Samuel Martínez López, se llevó a cabo la presentación de la revista “Mi Valedor” en la Universidad Iberoamericana. Para este evento, que tuvo lugar el 27 de febrero del 2018 en la Ibero, se contó con la presencia de algunos “valedores”, nuevamente la coordinadora de textos de la revista, Paula García, la editora y encargada de replicar el modelo de las revistas callejeras – proveniente de Inglaterra con “The Big Issue” – María Portilla, así como alumnos de Comunicación de la licenciatura. El objetivo fue obtener un acercamiento más con el proyecto y escuchar cómo se definía a través de los coordinadores y “valedores” dicho proyecto. De igual forma, en el apéndice de esta investigación, encontrará transcrito el audio del evento.

Para el 21 de abril del 2018, realicé la asistencia al tercer aniversario de la revista “Mi Valedor”, evento que fue publicado y abierto al público a través del Facebook oficial de la publicación callejera⁴³.

⁴³ El evento “La Cosmopeda” se puede revisar – accediendo desde una cuenta personal de Facebook – en el siguiente enlace: <https://www.facebook.com/events/744877452373004/>

En este evento, la labor principal fue conocer algunas posturas de los asistentes, es decir, los concedores y consumidores del proyecto acerca de lo que pensaban sobre el proyecto y cómo lo percibían. Un dato curioso, este evento estuvo enmarcado como una fiesta que contó con la venta de alcohol y boletos para recaudar fondos para el proyecto de “Mi Valedor”. Dicho evento, no contó con la presencia de “valedores”, solamente colaboradores del proyecto. Las transcripciones de los entrevistados se encuentran en el apéndice, así como los audios en la parte de anexo.

El 17 de noviembre del 2018 se llevó a cabo la presentación del volumen titulado “Huateque Mixteque”, en un evento⁴⁴ realizado en ATEA, un centro cultural, ubicado en Topacio 25, Col. Centro, la merced, Ciudad de México. Además de la presentación de este volumen, se realizó la presentación de una nueva temporada del podcast de la revista callejera titulado “La voz de la calle”⁴⁵. El objetivo fue hablar con algunos “valedores” y que ellos comentaran cómo se identificaban con el proyecto de la revista callejera.

El 09 de febrero del 2019 asistí al evento⁴⁶ llamado “Vendor Week 2019”, que tuvo lugar en el Parque México, en la Ciudad de México. El objetivo era formar grupos de trabajo con “los valedores”, quienes contarían su experiencia sobre la venta en calle y de esta forma, que el consumidor formara parte de la visión del proyecto. La transcripción de la entrevista que le hice a un “valedor” se encuentra detallada en el apéndice y anexos de esta investigación.

Para finalizar, el último evento⁴⁷ al que asistí tuvo por nombre “Presentación ¡Hola Vecinos!. En esta ocasión, presentaron la revista callejera que lleva por nombre “Hola Vecinos” y que es una publicación enunciada por el proyecto de “Mi Valedor” como un ejemplar hecho en su totalidad por los beneficiarios del programa, “los valedores”. Dicha presentación de la revista tuvo lugar en el espacio cultural “Casa Equis”, ubicado en Dr. Enrique González Martínez 7A, en la Col. Santa María la Ribera, Ciudad de México. El objetivo fue conocer qué era lo que se decía en esta publicación y cómo había sido realizada por los “valedores”.

⁴⁴ El evento de Facebook se puede consultar – accediendo desde una cuenta personal de Facebook – en el siguiente enlace: <https://www.facebook.com/events/437525506776431/>

⁴⁵ Para conocer más sobre los podcast “La voz de la calle”, revisar: <https://www.youtube.com/channel/UCP9bUFnfTdYaBOgziOolpBw/playlists>

⁴⁶ El evento de Facebook se puede consultar – accediendo desde una cuenta personal de Facebook – en el siguiente enlace: <https://www.facebook.com/events/437525506776431/>

⁴⁷ El evento de Facebook se puede consultar – accediendo desde una cuenta personal de Facebook – en el siguiente enlace: <https://www.facebook.com/events/327118801270721/>

Sobre los participantes

En este apartado se enmarcan los participantes o informantes clave para recolectar información sobre la revista callejera “Mi Valedor”. Retomando parte de los eventos que se eligieron, en estos mismos se llevaron a cabo algunas entrevistas. Estas entrevistas se realizaron en dichos eventos ya que, muchas veces cuando se trataba de localizar a “los valedores” en sus puntos de venta, no se encontraban, debido a que no tienen horarios fijos.

Por ende se cuenta con los testimonios del proyecto en el siguiente orden:

- María Portilla, cofundadora y editora de la revista “Mi Valedor”.
- Paula García, cofundadora y coordinadora de textos de la revista “Mi Valedor”.
- Delphine Tomes, coordinadora de fotografía de la revista “Mi Valedor”.
- Cinco testimonios de “valedores”.

Vale la pena señalar que una de las dificultades para esta investigación fue el acceso a la información y la apertura de los coordinadores para proveerla. Un ejemplo ya citado fue el acceso a las revistas callejeras de los primeros números, y la localización de algunos “valedores” a quienes no se encontró en su punto de venta.

Sobre las entrevistas, para tener un mayor acceso a la información posible y evitar barreras entre entrevistador – entrevistado, se optó por realizar entrevistas in situ con el objetivo de hacer una conversación más fluida y así evitar la mayor omisión de datos posible.

Sobre las fuentes documentales

Basada principalmente en la revisión de la literatura sobre las perspectivas científicas que se han generado al respecto de los medios alternativos y su relación con las revistas callejeras.

Otra fuente documental fue encontrar los 21 números editados de “Mi Valedor”, ya sea de manera impresa o digital para conocer cómo se ha estructurado el contenido de la revista callejera. Asimismo, las fuentes documentales fueron algunas notas periodísticas que hablan sobre el proyecto de la revista “Mi Valedor”.

Sobre la observación

Como se ha mencionado con anterioridad, se asistió a eventos que organizó la revista callejera “Mi Valedor”, en los cuales se realizó entrevistas y claro, observación del fenómeno en específico. De nuevo, una breve descripción de estos eventos⁴⁸.

Una de las labores fundamentales que se buscó fue asistir a uno de los talleres creativos que se ofrecen en las oficinas de “Mi Valedor”. Este taller estuvo a cargo de la coordinadora de textos de “Mi Valedor”, Paula García, quien impartió un taller de escritura sobre el siguiente número que saldría unos meses después llamado “Vol. 15 La edad de oro”. Este taller fue impartido el 16 de noviembre del 2017.

Con la colaboración del académico, el Maestro José Samuel Martínez López, se llevó a cabo la presentación de la revista “Mi Valedor” en la Universidad Iberoamericana. Para este evento, llevado a cabo el 27 de febrero del 2018 en la Ibero, contó con la presencia de algunos “valedores”, nuevamente la coordinadora de textos de la revista, Paula García, la editora y encargada de replicar el modelo de las revistas callejeras – proveniente de Inglaterra con “The Big Issue” – María Portilla, así como alumnos de Comunicación de la licenciatura.

Para el 21 de abril del 2018, realicé la asistencia al tercer aniversario de la revista “Mi Valedor”, llamado “La Cosmopeda”. La labor principal fue conocer algunas posturas de los asistentes, es decir, los conocedores y consumidores del proyecto acerca de lo que pensaban sobre cómo lo percibían.

El 17 de noviembre del 2018 se llevó a cabo la presentación del volumen titulado “Huasteca Mixteca”, en un evento realizado en ATEA, un centro cultural, ubicado en Topacio 25, Col. Centro, la merced, Ciudad de México.

El 09 de febrero del 2019 asistí al evento llamado “Vendor Week 2019”. Llevado a cabo en el Parque México, en la Ciudad de México. El objetivo era formar grupos de trabajo con “los valedores”, quienes contarían su experiencia sobre la venta en calle y de esta forma, que el consumidor formara parte de la visión del proyecto.

Para finalizar, el último evento al que asistí tuvo por nombre “Presentación ¡Hola Vecinos!. En esta ocasión, los coordinadores del proyecto presentaron la revista callejera que lleva por nombre “Hola

⁴⁸ Información retomada del apartado 4.2. de esta presente investigación. Se resumen las partes más importantes.

Vecinos” y que es una publicación enunciada por el proyecto de “Mi Valedor” como un ejemplar hecho en su totalidad por los beneficiarios del programa, “los valedores”.

El complemento cuantitativo: una herramienta para cuantificar la participación de los valedores

Aunque el diseño de esta investigación se basa en el paradigma cualitativo, también se optó – para apuntalar las bases que permitieran la selección de piezas con vistas a realizar el análisis crítico del discurso de algunas articulaciones de la revista “Mi Valedor” –, por utilizar una herramienta cuantitativa que permitió ver numéricamente cómo es la participación de “los valedores” en la revista callejera, misma que se despliega en el apartado 5.2 de esta tesis y que me sirvió para conocer mejor la revista “Mi valedor”, sus contenidos y el tipo de autores que los realizan, que en aproximadamente un 90 por ciento de los casos no son valedores. Es decir, por medio de un conteo sobre cuántas páginas están destinadas para las personas en situación de calle – la aparente razón de ser de “Mi Valedor” – y cuántas páginas están destinadas a colaboradores y profesionistas. Este método se basa en los argumentos principales de Klaus Krippendorff (1990) y su obra titulada “Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica”.

Para entender un poco más este método cuantitativo, Krippendorff (1990) lo describe de la siguiente forma:

En primer lugar, el análisis de contenido tiene una orientación fundamentalmente empírica, exploratoria, vinculada a fenómenos reales y de finalidad predictiva. [...] Con esta orientación empírica, el análisis de contenido se ha sumado a otros métodos de investigación que contribuyen al conocimiento, especializándose sin embargo en hecho simbólicos frente a los cuales los restantes métodos son, por lo general, insensibles.

En segundo lugar, el análisis de contenido trasciende las nociones convencionales del contenido como objeto de estudio, y está estrechamente ligado a concepciones más recientes sobre los fenómenos simbólicos. Esto puede situarse dentro del contexto de una conciencia distinta acerca de la comunicación humana, de los nuevos medios de comunicación y del papel que éstos desempeñan en la transmisión dentro de la sociedad. (p. 10)

Esta herramienta cuantitativa se vuelve importante para esta investigación, pues parte de este trabajo busca explorar la revista callejera mexicana a partir del supuesto de que “los valedores” – las personas en situación de calle – participan de manera activa en la generación de contenido. Gracias a este análisis se pondrá en juego este fenómeno y será parte de la revelación de cómo opera la revista para trabajar con la reinscripción social de las personas en situación de calle.

4.5. Sobre la validez del estudio

Este estudio presenta las evidencias necesarias de la recolección de datos para el lector, con el objetivo de sustentar esta investigación y sobre todo, con el fin de consulta y de apertura a la discusión. Para iniciar este apartado, es preciso definir qué se entiende por <<validez>> dentro de la investigación cualitativa, y sobre todo, en la investigación en general. De acuerdo con el enfoque de Maxwell (2019), él menciona:

Todo lo que necesitamos es tener la posibilidad de *probar* nuestras afirmaciones contrastándolas con el mundo y darles así a los fenómenos que intentamos comprender la oportunidad de probar que estamos equivocados. Por consiguiente, la *amenaza a la validez* es un concepto central para la validez: una forma en que es posible que estés equivocado. (p. 178)

En este sentido, es muy importante comprender que nuestras afirmaciones siempre pueden estar sujetas a discusión, desde otras perspectivas, debido así como el investigador comprendió cierto fenómeno a partir de cierto punto de vista, existen huecos o vacíos de conocimiento que no se logran abarcar en una investigación. Al contrario, son temas que se trabajan constantemente para mejorar lo previamente conocido. Al respecto de estas interpretaciones, Maxwell (2019) menciona:

Estas amenazas suelen conceptualizarse como explicaciones o interpretaciones alternativas [...] Tales interpretaciones alternativas son otras de las posibles maneras de comprender tus datos, por ejemplo, que las personas a las que entrevistaste no hayan expresado sus verdaderas perspectivas, que hayas omitido datos que no se ajustan a tu interpretación o que haya una forma teórica distinta de interpretar los datos con los que cuentas. (p. 178)

Retomando nuevamente, en las investigaciones hay vacíos de conocimiento o huecos, debido a que es poco posible abarcar, en su totalidad, todas las aristas de un fenómeno estudiado. Además, es importante señalar que en entrevistas y en esta recolección de datos siempre hay sesgos y omisión de información, tanto del entrevistado, como del entrevistador al momento de plasmar toda la información y sobre todo al interpretarla. En este trabajo académico el investigador es consciente de estas áreas de oportunidad, mismas que, a lo largo del proceso de investigación, se han tratado de cubrir para realizar una aportación digna de la disciplina de la Comunicación.

4.6. Consideraciones éticas

En este apartado, se establecen las consideraciones éticas en el proceder de esta investigación, circunscrita en la disciplina de la Comunicación. Es un apartado importante, que no debe quedar fuera con el objetivo de establecer un ambiente de sinceridad con la disciplina y de igual forma de importancia, con el lector de este trabajo académico.

Para empezar, toda la información de los “valedores” – que, como se dicho a lo largo de esta investigación, son los beneficiarios de la revista callejera “Mi Valedor” por su condición de situación de calle – en cuanto a sus nombres e identidades se refiere, serán resguardadas y serán enunciados como “valedor 1”, “valedor 2”, “valedor 3”... etc. Lo anterior, derivado de que no existe una cesión de derechos explícita para utilizar sus nombres. Cabe aclarar que, dentro de la revistas callejeras analizadas, se establecen los nombres de “los valedores”; mismos que en algunos casos están escritos en esta investigación. Sin embargo, estos se enuncian porque así están referidos en la publicación, y no necesariamente representan ser un informante propio de este trabajo académico.

Sobre el proceder de este trabajo, el investigador está comprometido a que, en caso de una omisión o un sesgo grande de información, que por diferentes circunstancias, se haya pasado por alto, se repare inmediatamente y anunciando la o las respectivas correcciones en la introducción y resumen del presente trabajo. Como se ha comentado, existen sesgos, vacíos de conocimiento y puntos ciegos en el proceso de investigación, debido a lo anterior, existe este compromiso de reparar dichas omisiones e informar al lector del mismo trabajo.

CAPÍTULO V. DE LA OBSERVACIÓN AL ANÁLISIS CRÍTICO: EL VALEDOR EN LA REVISTA CALLEJERA “MI VALEDOR”

5.1. El valedor en la revista callejera mexicana ‘Mi Valedor’

En este apartado, se retomarán los aspectos citados en introducción y otros apartados sobre la descripción de la revista mexicana “Mi Valedor”. Se trata de contextualizar a la revista a partir de la información que existe en sus medios oficiales, que, al ser un proyecto nuevo, no hay mucha información de donde sacar.

La primera pregunta que surge es: ¿Cómo se representa la camarería y la amistad a través del lenguaje coloquial en la Ciudad de México? La mejor opción parece ser “valedor”. Es justamente esta palabra que en la Ciudad de México ha recibido una carga simbólica importante dentro de la jerga mexicana. El significado que “valedor” adquiere es aquella persona que, sin pedir nada a cambio - aparentemente - te ayuda ante una situación adversa, muchas veces sin importar las condiciones que esto implica. En palabras más simples: “la persona que te echa la mano”.

Parte de esta explicación la ofrece “Mi Valedor”. Una “revista callejera”⁴⁹ en la Ciudad de México que se vende desde el 2015. La circulación de esta producción cultural impresa supone principalmente la venta de mano en mano en ciertos puntos de la Ciudad, los cuales están caracterizados por su cercanía con algún barrio turístico o bien, con una gran afluencia de gente. Pero, ¿quiénes son las personas que venden estos números? Se autodenominan “Valedores”. Así se ha identificado, a través del proyecto de la revista, son personas en situación de calle en la misma Ciudad que conocieron el proyecto y decidieron trabajar para el mismo y así obtener un ingreso legítimo y reinsertarse socialmente, según la publicación callejera.

Dentro de la labor que ha especificado la revista en sus diferentes medios de comunicación, tales como su canal de YouTube, cuenta oficial de Twitter, Facebook e Instagram, el equipo de “Mi Valedor” acude a albergues para personas que viven en situación de calle en la Ciudad de México y les hablan del proyecto como una forma de trabajo en la que, a través de la venta de la revista obtendrán un ingreso legítimo. Esta labor traerá consigo otros beneficios como impartición de talleres creativos y artísticos así como inserción de contenido en la revista, y sobre todo, se asegura que dentro de la participación del proyecto, se logrará la reinsertión social de estas poblaciones vulnerables.

⁴⁹ El primer número tirado de la revista de “Mi Valedor” titulado como “Amarrados” y el cual supone la primera edición de la revista bimestral se terminó de imprimir el 29 de mayo del 2015. Esta información se puede localizar en el ejemplar de consulta desde la página oficial de “Mi Valedor”: <https://mivaledor.com/ediciones/>

Las personas de los albergues que se interesan en el proyecto, acuden a “Mi Valedor”. Se les entrega un chaleco rojo con el imagotipo, así como una credencial que les genera un proceso de identificación con la revista. La replica del proyecto retoma las bases y fundamentos de la ya posicionada revista callejera en Londres, Inglaterra “The Big Issue”. Un proyecto que se gestó en los años ochenta y noventa con el fin de ofrecer un empleo a los homeless de ese país y sobre todo, “dar voz a quienes no la poseen”. María Portilla, una artista mexicana cuenta, a través de su canal oficial de YouTube⁵⁰ que en sus estudios sobre Artes que hizo en Londres fue como conoció el proyecto y pensó en replicarlo en la Ciudad de México.

En un documental⁵¹ que presentan en el canal oficial de YouTube de *Mi Valedor*, María menciona que lo que busca con este proyecto es la reinserción social y el ingreso legítimo para personas en situación de calle en la Ciudad de México. Dentro de las temáticas que maneja, que también se mencionan en el documental son sobre la Ciudad de México y se advierte que es una publicación coleccionable. El reclutamiento de las personas en condiciones desfavorables es indispensable, lo asegura María Portilla, ya que esta publicación promete ofrecerles trabajo y reinserción social a través de la venta de la revista.

‘Valedor’: una palabra con la que se identifiquen las personas en situación de calle

En el documental referenciado anteriormente, ‘De Valedores’, María Portilla explica por qué se eligió esta palabra para ponerle de nombre al proyecto⁵². La coordinadora asegura que ‘un valedor’ es alguien que ‘te echa la mano’ (un amigo que te ayuda), y por ende se pensó para lanzar el proyecto con ese nombre para que se identificaran las personas que visitan en los albergues para ofrecer este trabajo. Posteriormente, se escuchan los testimonios de Alfredo Villena e Isaías Vázquez, *valedores* pioneros en el proyecto. Alfredo menciona que él entiende por *valedor* una persona que te da su voto de confianza y te hace valer – comentario que surge cuando Alfredo habla sobre lo que le toca vivir al momento de vender las revistas –. En el caso de Isaías, la palabra *valedor* le remite a que él vale – como persona –. En una búsqueda con el origen de la palabra, la Real Academia Española menciona que *valedor / valedora* es: una

⁵⁰ Para conocer más información sobre esta declaración, revisar la entrevista en el canal de YouTube:

<https://www.youtube.com/channel/UCP9bUFnfTdYaBOgziOolpBw>

⁵¹ El documental está referenciado como ‘De Valedores’, realizado por ‘Producciones UACM, a cargo de Guillermo Stoner, Iván Mejía, Nora Sánchez, Fabián Pérez y Luis Méndez. Subido el 23 de diciembre del 2016

<https://www.youtube.com/watch?v=4Zkju8Xxb4s>

⁵² Documental ‘Mi Valedores’ | Min. 2:57 Explicación sobre porqué se llama Mi Valedor la revista,

<https://www.youtube.com/watch?v=4Zkju8Xxb4s>

persona que “Persona que vale (ll ampara)”⁵³, y el registro de esta palabra se encuentra registrada en el diccionario de la Academia Usual de 1780.

¿Cómo se enuncia a sí misma la revista, o cuál es su discurso en torno a la construcción de subjetividad del ‘valedor’?

Para este apartado, pondré en discusión parte del discurso que se puede encontrar en la revista, mismo que ponen como autoría y mencionan los coordinadores y editores de la revista callejera “Mi Valedor”. Esto es, cómo ellos construyen una visión de las personas en situación de calle en la publicación y a partir de esto, se genera la subjetividad del ‘valedor’.

Quiero comenzar con el manifiesto de “Mi Valedor”, que se puede encontrar mejor estructurado a partir del vol. 10 “Nocturnos”:

Somos un tejido vivo, bajo el concepto de ciudad. Creemos en la inclusión. Creemos en el trabajo colectivo. No seguimos el modelo asistencialista. Creemos en una solución a largo plazo que trabaje el problema desde la raíz. Somos una herramienta de sobrevivencia; para ellos y para nosotras mismas.

Nos asombran las pequeñas cosas. Detestamos esos ángulos estúpidos que nos dividen. No es cuestión de levantar al otro, es cuestión de levantarnos juntos. Comprendemos que ayudar es ayudar-nos.

La ciudad se encharca, y no queremos hundirnos entre tanta vida que demanda reconocimiento y sentido, ser escuchada y tocada. Ya no queremos encontrar culpables, queremos soluciones. Somos el problema y la solución. (p. ii)

Este es sin duda, uno de los lugares más importantes de enunciación que existen dentro de la revista. Resulta interesante, para empezar, que en el proyecto de “Mi Valedor” creen en la inclusión y el trabajo colectivo, cuando hay muy poca participación en el contenido narrativo de la publicación, además de que las lógicas de la revista es que las editoras son quienes proponen los temas de cada edición⁵⁴ – ello mencionado cuando presentaron la revista en la Universidad Iberoamericana, evento organizado el 27 de febrero del 2018 para conocer más el proyecto de la revista –.

⁵³ Revisión de diccionarios de la RAE sobre valedor consultado desde:

<http://web.frl.es/ntllet/SrvltGUILoginNtlletPub>

⁵⁴ Consultar el apéndice de las entrevistas y trabajo de campo transcrito.

Continuando con el “Manifiesto” de la revista, el siguiente punto que habla es sobre “un modelo de sobrevivencia para los ‘valedores’ y para ellas (las coordinadoras del proyecto)”. Este fragmento, hace recordar el marco interpretativo de Atton (2002) en el que menciona:

[...] ‘The Big Issue’ habla en nombre de las personas sin hogar y, sin duda, proporciona un salvavidas para muchos. Pero enfáticamente no es la voz directa de las personas sin hogar. Por lo general, solo dos páginas en una edición de 48 páginas se entregan a las contribuciones de las personas sin hogar (‘Street lights’, un foro que se ocupa principalmente de poesía y no ofrece espacio para artículos) el resto del documento está escrito principalmente por jóvenes periodistas. (p. 32)

En el caso de “Mi Valedor”, en esencia, no es la voz directa de las personas en situación de calle a la que apoyan. Para empezar, el manifiesto de la revista está escrito por los creadores del proyecto, no por los “valedores”. El contenido en su gran mayoría está realizado por personas que no están circunscritas en la categoría de “poblaciones vulnerables o excluidas”, es decir, no son personas en situación de calle. El elemento: “Somos una herramienta de sobrevivencia; para ellos y para nosotras mismas.”, parece más una forma de legitimar el proyecto.

Un fragmento más que resulta curioso del manifiesto de la revista callejera es: “Detestamos esos ángulos estúpidos que nos dividen.”. En este caso, como se ha mencionado anteriormente, para que la revista funcione necesita de esa división que critica. Para empezar, la revista es quien hace dicha división al mencionar que “hay valedores” que colaboran en el proyecto. Porque los “valedores” son los sujetos que reciben las herramientas necesarias para intentar salir de su condición de exclusión. Y es justamente esta paradoja narrativa que se crea a raíz de la distinción. Esta discriminación positiva de decir “eres un valedor” se convierte en una división entre quiénes son los “excluidos” y quienes “los incluyen”.

Para cerrar este análisis, retomo parte de las últimas ideas del manifiesto: “La ciudad se encharca, y no queremos hundirnos entre tanta vida que demanda reconocimiento y sentido, ser escuchada y tocada.”. Este punto también es crucial para el entendimiento de la presente investigación. Entre estas “lagunas” que se perciben del trabajo con personas en situación en calle, esta también llama la atención. Por una parte, existe un reconocimiento del colectivo en que hay sujetos – los “valedores” o personas en situación de calle – que demandan reconocimiento y sentido, ser escuchados y tocados; sin embargo, esto nos devuelve a lo más importante, ¿en dónde está el espacio para “la voz” que demanda ser escuchada? ¿En dos ediciones especiales? Aunque se ha detectado que muchas veces, la exclusión social y las poblaciones vulnerables pueden ser objeto de “invisibilización en los medios”, aquí ya se detectó el problema, y aún así hay muy poca “voz” para los “sin voz”.

Contexto: sobre los talleres que se imparten en *Mi Valedor*

En este apartado se describe uno de los talleres que se han presenciado para conocer cómo se produce parte del contenido de la revista. La asistencia a dicho taller se llevó a cabo el 16 de noviembre del 2017 en Bucareli 67, Col. Juárez, en la Ciudad de México en las instalaciones de principales de *Mi Valedor*.

Antes de poner a la venta el producto, el equipo de trabajo planea mes tras mes cuál será la temática a abordarse en el próximo número. El tema a tratar es diferente, siempre relacionado con personas o actividades propias de la ciudad. Por ejemplo, en el número 14, que llevó por nombre ‘La Banda Sonora’ se retrata la vida de los personas que hacen música en la calle. La revista incluye un CD con canciones de músicos y cantantes urbanos. Cabe mencionar que se tiene documentado este taller, y no el de ‘Correteando la Chuleta’, debido a que esa edición se realizó en junio y julio del 2017 y aún no se conocía el proyecto a desarrollar en la tesis para la Maestría en Comunicación.

Para concretar este trabajo editorial, el equipo a cargo de la revista, todos los martes y jueves lleva a cabo diferentes talleres con *Valedores* con el fin de desarrollar diferentes capacidades, no solo de escritura, sino de mejores estrategias de venta. A fin de conocer un poco más sobre la elaboración de esta revista, el jueves 16 de noviembre se acudió a las instalaciones de la revista. Presencié el taller titulado ‘Los años 40, la época de oro’, taller de escritura que fue incluido en dicha publicación.

En primera instancia, la dinámica de Paula García, coordinadora de los contenidos textuales de la revista, y quien impartió ese taller, fue preguntar a los *valedores* cómo había transcurrido la semana. Contaron sus vivencias y qué dificultades se habían presentado. El siguiente paso fue, pedir a los mismo que mencionaran algunos nombres de artistas mexicanos que marcaron la época dorada en nuestro país – es decir, durante los años cuarenta del siglo pasado –. De inmediato las ideas empezaron a fluir, salieron a flote los nombres de Pedro Infante, María Félix, Agustín Lara, Sara García, entre muchos más. El ejercicio consistió en hacer que ellos, a pesar de no haber vivido esa época trataran de recordar aquello que habían observado a través de películas.

Para la segunda parte, cada participante debía ‘transportarse’ – a través de la imaginación – hasta los años 40. En un periodo de 15 minutos escribirían cómo eran escenas, los protagonistas de la historia serían ellos. Era trasladarse casi 80 años atrás, tiempo donde ellos no estuvieron. En todo momento estuvieron escuchando música que sonaba en ese entonces, con esto se buscaba relajar la memoria y así pudieran realizar mejor el texto. Antes de iniciar a escribir, se les mostraron imágenes de cómo era la ciudad por aquellos años, y partiendo de eso hicieron su texto.

Al final cada *valedor* leyó el texto realizado, logrando plasmar en papel cuál era la forma de vida en ese entonces. Dentro de lo que escribieron, mencionaron algunas cosas interesantes, como lo difícil que era transportarse de una ciudad a otra, la ausencia de autos y que era una ciudad poco poblada. Francisco, un *valedor* pionero en recibir la ayuda del proyecto de la revista, describió su infancia y relató de qué manera vivía en la zona de la Marquesa, que fue en donde vivió en ese periodo.

Los demás textos que elaboraron los demás *valedores*, serán leídos y calificados por la misma editora, y así decidir cuál o cuáles serían incluidos en el siguiente número que llevará por nombre ‘Los 40, época de oro’. Así como este taller, han recibido muchos a lo largo de dos años y medio que tiene la revista en venta. La asistencia a estos encuentros es voluntaria, y se busca ayudar a los *valedores* a desarrollar su capacidad de escritura y pensamiento. Ellos no son los únicos que colaboran en esta revista, *Mi Valedor* cuenta con periodistas profesionales y fotoperiodistas que proveen de información. A diferencia de los artículos que se publican por profesionales, el realizado por el grupo de *valedores*, es pequeño, pero muy significativo porque corresponde a la temática que comprende la revista. Isaías Vázquez, otro *valedor* pionero en el proyecto, es franco, y al terminar el taller mencionó que jamás imaginó ver su nombre impreso en una revista. Asegura que leer un texto realizado por él genera una emoción indescriptible.

Al cierre del taller, los ‘valedores’ compartieron cuál fue el sentimiento que tuvieron al momento de escribir sobre los años 40, pero sobre todo de qué forma lograron plasmar las frases ahí escritas. Todos hicieron referencia a la importancia que tiene la memoria y capacidad de imaginar. No importó haber nacido en otra época, con el solo hecho de ver películas, fotografías o recordar las pláticas que tuvieron de niño con sus abuelos, les transportó a más de 70 décadas.

Algunas fotografías del taller



Fotografías del taller, por Ramón Beltrán Sabalza (PRENDE Universidad Iberoamericana, 2017)

5.2. ¿Realmente el ‘valedor’ es el protagonista de la revista? Herramienta metodológica: análisis de contenido

Para este apartado, buscaré establecer el análisis correspondiente sobre la construcción de la subjetividad de ‘valedor’ en la revista. Es decir, me centraré en describir cómo, la revista callejera, construye la subjetividad de los beneficiarios de la revista, las personas en situación de calle, a partir de enunciarlos como ‘valedores’, quienes son personas con la condición de exclusión social y que, mediante la compra de la revista automáticamente se le está dando un empleo, que lo ayudará a desarrollarse como ‘micro-empresario’, además de que participa como generador activo de contenido en la revista.



*Fragmento de la revista 13 “Correteando la Chuleta” (sin numeración, p. i del contenido de la revista)

Antes de hacer el análisis crítico del discurso de una de las piezas narrativas de este volumen, enunciado como el primero “Hecho en su totalidad por Valedores” es preciso mencionar el análisis de contenido sobre los 21 números editados que han salido al momento de realizar esta investigación. Lo anterior con el fin de poner en discusión el supuesto de la revista “Participan de forma activa en el

contenido de cada número...” y comprender, entonces, por qué existen un par de ediciones especiales, si el proyecto supone ayudar y estar dirigido a las poblaciones vulnerables.

Hay que retomar y tomar en cuenta lo que se mencionó del marco interpretativo de Atton (2002) sobre estas revistas callejeras para entender la razón de ser del análisis de contenido de esta investigación:

[Traducción] “La revista habla en nombre de las personas sin hogar y, sin duda, ofrece un salvavidas para muchos. Pero no es enfáticamente la voz directa de las personas sin hogar. Solo dos de las páginas en un número de 48 páginas se entregan típicamente a las contribuciones de las personas sin hogar [...] el resto del artículo está escrito principalmente por periodistas jóvenes.” (p. 32)

Con esto, se busca describir si quienes replicaron el modelo de “The Big Issue” y decidieron implementarlo en México como “Mi Valedor” también replicaron estas dinámicas de trabajo y no dieron tanto peso a las contribuciones en el contenido narrativo que vienen o proponen las personas en situación de calle, ‘los valedores’.

Análisis de contenido: descripción de las unidades de análisis

Este apartado busca informar de manera descriptiva las unidades de análisis del proyecto con el que se trabajarán. Se considera pertinente presentar la estructura de los 21 volúmenes que fungirán como muestra representativa, mismos que existían solamente durante la elaboración de esta investigación.

De los 21 números, incluyendo el número 13 ‘Correteando la chuleta’ y el número 21 ‘¡Hola, vecinos!’ ediciones especiales, cuentan con las mismas secciones en las que se plasman los contenidos. Se inicia con una portada a manera de imagen – que puede ser una fotografía o una ilustración – que se relaciona con la temática de cada revista. En las primeras páginas de la revista es común encontrar fotografías que van acorde a las temáticas de cada volumen y que son realizadas por colaboradores o por valedores, siendo los primeros los que más publican.

La sección que se ubica en los 19 números que no son especiales, es decir, los que no son enunciados como hechos 100% por “valedores” es, llamada ‘Hecho por valedores’ en la cual a través de dos página se colocan los trabajos más sobresalientes de ‘los valedores’, quienes elaboraron estos contenidos en los talleres creativos que reciben por medio de la revista. De igual forma, las secciones que se presentan en los demás números están en el siguiente orden: ‘Un cuento.’, ‘Documental.’, ‘Crónica.’,

‘Foto texto.’, ‘La pieza.’, ‘La golosa.’, ‘Figuras del barrio.’ ‘Echando tiros.’, ‘Girando la rata’ / ‘¿De veras es usted muy listo?’, ‘Avisos de ocasión.’, ‘El valedor.’

Los 21 números con los que se cuenta, tienen alrededor de cuarenta y dos páginas de contenido y usualmente las secciones presentadas arriba se encuentran en las mismas páginas. Los únicos cambios que recibe son de forma y no de fondo, es decir, solo existen cambios en el diseño y las temáticas. En el caso de las ediciones especiales se detectaron cambios de nombre en las temáticas, por ejemplo en el volumen #21, la sección ‘Girando la rata’ cambió a ‘¿De veras es usted muy listo?’ y curiosamente, la sección ‘Hecho por Valedores’ que no aparece en la primera edición especial, volumen 13. “Correteando la chuleta” – por ser una publicación “hecha por valedores en su totalidad”, aparece en la edición 21, la segunda edición especial como “Hecho por talleristas”, en la que los colaboradores que trabajan en los talleres con los “valedores” cuentan sus experiencias sobre cómo es trabajar con las personas en situación de calle que participan en la revista.

Dentro de esta definición de la muestra, estos 21 volúmenes con los que se cuentan corresponden a la tipología de muestras estratificadas que Krippendorff (1990) define: “El muestreo estratificado reconoce la existencia dentro de una población de varias subpoblaciones diferenciadas, a las que se denomina ‘estratos’. Cada unidad de muestreo pertenece únicamente a un estrato [...] de modo que la muestra resultante refleja las distinciones que, a priori, se sabe que existen dentro de la población.” (p. 96). Por ende, en la descripción de estos números de la revista con los que se cuenta son similares, pues son ediciones bimestrales que cuentan con un esquema similar en la estructura editorial – es decir, no cambian de lugar las secciones principales –.

De igual forma, se especifica y se deja en claro que, para el análisis de contenido de este proyecto, el volumen 13 ‘Correteando la chuleta’ y el 21 ‘¡Hola, vecinos!’, es una publicación diferente, ya que el mismo número se enuncia como uno especial, debido a que los valedores fueron quienes intervinieron en una gran proporción sobre los contenidos. A diferencia de los anteriores, que cuentan con más contenidos de colaboradores. Estas afirmaciones provienen justamente, de la descripción de estos 21 números.

Categorías

En este apartado se explicarán cada una de las categorías correspondientes que se utilizarán para analizar el contenido de los 21 volúmenes de la revista Mi Valedor. Posterior a la descripción, se adjuntará una imagen de la muestra de la ficha.

A. **Temática de cada sección por revista.** Conocer, dentro de la gran temática de la revista, qué temas relacionados abarca en sus foto textos, crónicas y cuentos, así como en las fotografías.

- Homosexualidad
- Deporte
- Urbano
- Segregación social
- Trabajo
- Drogadicción
- Migración
- Prostitución
- Otros / * Que pueden ser temas que no necesariamente están relacionados a la temática de Mi Valedor, que son poblaciones excluidas o segregación social.

B. **Marca de publicidad.** El objetivo es medir la frecuencia de aparición de las marcas que apoyan a la revista y conocer cuál es la que se repite más por edición.

- Telmex / Telcel
- Juega Seguro
- Corresponsables
- Femsa
- AFS
- Cinépolis
- Tele Urban
- Levi's
- Radio Ibero
- Otros

C. **Número de fotografías publicadas por colaboradores.** Conocer cuántas fotografías publican en cada edición. Debido a que es una revista que utiliza mucho el recurso de las imágenes. Número de fotografías = al número de fotografías publicadas de los colaboradores en la revista.

- D. **Número de fotografías publicadas por valedores.** Conocer cuántas fotografías publican en cada edición. Debido a que es una revista que utiliza mucho el recurso de las imágenes. Número de fotografías = al número de fotografías publicadas de los valedores en la revista
- E. **Número de artículos publicados por colaboradores.** Conocer cuántos artículos publican en cada edición. La revista se basa mucho en textos literarios como el cuento, la crónica, y el reportaje. Número de artículos= al número de artículos incluidos por los colaboradores en la revista
- F. **Número de artículos publicados por valedores.** Conocer cuántos artículos publican en cada edición. La revista se basa mucho en textos literarios como el cuento, la crónica, y el reportaje. Número de artículos= al número de artículos incluidos por los valedores en la revista

Sobre la temática de cada sección de la revista

Para esta sección, se presentarán las tablas y de la misma forma, se explicarán los contenidos de cada una y explicando lo que significan los números de cada una de las tablas correspondientes. Todas estas tablas y números son de elaboración propia para este análisis de contenido de “Mi Valedor”, por lo que estarán referidas de esa forma.

En este apartado, los hallazgos son solo sobre cuestiones de temática. Usualmente, la revista “Mi Valedor” trata sobre temas urbanos, sobre todo, en la representación de la vida cotidiana en los barrios populares. Pueden ser sobre manifestaciones culturales, vida laboral y sobre todo, la cotidianidad de los transeúntes en la Ciudad de México. Los temas de cada número tienen como eje rector el juego de palabras.

Por ejemplo, el volumen 1 “Amarrados”, narra historias sobre las formas de vida en la Ciudad, como si estas tuvieran un nudo o una atadura a algo, es decir, quienes están mucho tiempo en su trabajo – parecería que están “amarrados” a sus labores – o bien, sobre cómo el amor “amarra” a los enamorados.

Para el caso del volumen 2 “Fisuras”, lo que se busca es representar a la Ciudad de México y diferentes temas urbanos a partir de los huecos o fisuras que hay en ella. Es decir, se busca representar a las fisuras o “huecos” que tienen las personas y que muchas veces ocultan, como si fueran cicatrices, que también se encuentran en la cotidianidad.

Un ejemplo más, el volumen 3 “Extinción” hace el juego de palabra, a través de la representación de eventos nostálgicos. Es decir, se busca representar cómo han cambiado algunas prácticas, usos y costumbres en la Ciudad, además de relacionar la “extinción” con el consumo masivo de cosas, que tienen un periodo corto de utilidad.

En términos generales, existe una dispersión de temas dentro de cada revista, a pesar de tener un tema rector, muchas veces hay abordajes que no necesariamente están circunscritos a la temática. Los temas principales de los seis volúmenes de la revista que se analizaron fueron sobre homosexualidad, deportes, temas urbanos, segregación social, trabajo, drogadicción, migración y prostitución. Los temas que más se repiten son Urbano, segregación social y otros, que este último abarca temas literarios o relacionados con temáticas muy diferentes, que no se encuentran en cada número.

Sobre la publicidad

Este apartado no representa algo sustancial en cuanto a la discusión del contenido narrativo de la revista. Sin embargo, en cuanto la publicidad con la que cuenta “Mi Valedor”, de acuerdo a la suma total de inserciones de las marcas publicitarias, “FEMSA” registra 15 inserciones publicitarias distribuidas entre los 21 volúmenes analizados. Es la que más aparece, le siguen “Levi’s” con 14 inserciones distribuidas, Radio Ibero con nueve y “Cinépolis” con ocho inserciones. En los 21 números se pueden encontrar otras publicidades que no registran una gran frecuencia y que incluso, algunas fueron desapareciendo como el caso de “Escópica” o “Juega Seguro”, es decir, la publicidad cambió conforme avanzaron las ediciones.

Sobre las fotografías publicadas de los colaboradores y las publicadas de los “valedores”

Este es uno de los rubros clave de los hallazgos. Por un lado, es preciso mencionar que las 21 revistas son ricas en cantidad de fotografías e imágenes. Lo que hace pensar que es una pieza que le dedica gran parte de su edición a la parte fotográfica para representar los temas que propone en cada edición. De los 21 números, se contabilizaron un total de 916 fotografías, de las cuales, **779 fotografías fueron publicadas de los colaboradores** y editores de la revista, y solamente **137 publicadas de los “valedores”**.

La edición con más fotos de los “valedores”, quienes se supone son la piedra angular del proyecto, fue el número 13 ‘Correteando la chuleta’, edición especial que se enuncia hecha por ellos mismos – con 33 fotos – y 8 fotografías de colaboradores. El número 16, ‘Cañaveral de pasiones’ no cuenta con ninguna

fotografía realizada por valedores, así como los números del 1 al 3, 5 – 6 y 7. Para la edición 21 ‘Hola Vecinos’, existen 45 fotografías realizadas por “valedores”, y 16 de colaboradores.

Para hacer la distinción de quién hizo cada fotografía, la revista anuncia en la parte final de cada página en donde se encuentra cada imagen el autor de la misma, algunas ocasiones no dice “valedor”, en otras sí lo dice. Para hacer la distinción de nombres entre el de un “valedor” y un colaborador basta con mirar la sección “El valedor” y el sitio web de internet⁵⁵, en el que se mencionan los “valedores” activos en la revista.

Sobre el contenido textual publicado de los colaboradores y el contenido publicado de los “valedores”

De los artículos sucede algo similar como el apartado de las fotografías. De los 168 artículos distribuidos en los 21 números, 144 fueron realizados por colaboradores y editores de la revista, mientras que solo 24 fueron hechos por “valedores”. Una cantidad muy baja tanto en fotografía como en texto. De igual forma, en el volumen 13 ‘Correteando la chuleta’ fue en donde se realizaron más artículos de “valedores” – con cinco, contra dos de los colaboradores, aunque aquí hay que ver que estos contenidos narrativos mostraron una participación cuando menos de edición y colaboración de los mismos con personas que no son “valedores”. En el caso de “Hola Vecinos”, vol. 21, son ocho de “valedores”, por uno de colaboradores, si tomamos en cuenta que la sección “Hecho por talleristas” realmente no comprende a la sección original “Hecho por valedores” de otras ediciones que no son especiales. Y en caso de ser tomada en cuenta, serían dos contenidos textuales de colaboradores.

Los datos cuantitativos de las 21 ediciones de “Mi Valedor” resultan interesantes. Por un lado, la revista callejera tiene una forma de trabajo apegada al atractivo visual, por eso es que se encuentran más fotografías e imágenes que contenido textual narrativo. El hallazgo fundamental es la poca participación que reciben los “valedores” dentro de la revista. Resulta sorprendente que ellos colaboran muy poco en los contenidos, siendo esta que presume de ayudarlos a través de obtener un ingreso legítimo vendiendo la revista, y ofreciendo talleres creativos a los mismos. Es cierto, como tal el proyecto no menciona que los “valedores” serán los principales encargados de realizar el contenido de la revista, pero con estos resultados se puede describir que el “valedor” construye su subjetividad a partir de ser vendedor de la revista, de la cual menciona que él participa en ella con el contenido que genera en los talleres.

⁵⁵ Para más información, consultar: <https://mivaledor.com/category/el-valedor/>

Sin embargo, aquí hay una verticalidad en las relaciones entre colaboradores y “valedores”. Por un lado, esta ayuda a las poblaciones vulnerables y excluidas se da a partir de comprar la revista, es decir, en términos concretos ellos distribuyen la publicación con contenido que muchas veces no fue elaborado por ellos. Que por cierto, este contenido está realizado a partir de los talleres creativos que imparten los colaboradores, es decir, se subordinan a la temática de la revista – elegida por los editores de la revista – y al taller que ellos reciben, por lo tanto, no hay una capacidad pura de acción para que los “valedores” propongan contenido o generen algo sin necesidad de un taller. Esta verticalidad contiene un elemento más, el discurso con el que opera la revista para ser consumida radica en que es una revista que ayuda a personas en situación de calle con la venta y que les “da una voz” a un sector que necesita ser escuchado – los “valedores” –. Con lo anterior, podemos ver que “hay muy poca voz” para los “valedores”, tan poca, que de los 21 números, apenas existen dos “hechos por valedores”. Ahí reside la situación problemática.

5.3. Los volúmenes 13 y 21. Descripción y justificación de la selección

En este apartado se describirá por qué las revistas 13 y 21 de “Mi valedor” se seleccionaron como idóneas para obtener información para esta investigación. A pesar de que el objeto de estudio es muy grande – como proyecto en general de “Mi Valedor” – se optó por hacer un análisis descriptivo del discurso que se encuentra en estas dos revistas en específico. Dichas revistas tienen la característica de estar enunciadas como publicaciones hechas en su totalidad por “valedores”. Sin embargo, para esta descripción es necesario mencionar cómo están elaborados los otros volúmenes que no forman parte de este tipo “hecho en su totalidad por valedores”.

En grandes términos, todas las revistas de “Mi Valedor” tomadas desde el volumen 1 hasta el 21 tienen el mismo esquema de contenido resulta el mismo en cuanto a nombre de las secciones⁵⁶. Este está estructurado de la siguiente manera:

- ‘Un cuento.’
- ‘Documental.’
- ‘Crónica.’
- ‘Foto texto.’
- ‘La pieza.’
- ‘La golosa.’
- ‘Sin rodeos’
- ‘Figuras del barrio.’
- ‘Echando tiros.’
- ‘Girando la rata’ o ‘¿De veras es usted muy listo?’
- ‘Avisos de ocasión.’
- ‘El valedor.’

A pesar de que ya se cuenta con estos 21 números, el centro de atención en este estudio radica en dos publicaciones que tienen la característica de ser enunciadas por el proyecto de “Mi Valedor”, como se ha

⁵⁶ Cada una de las ediciones por número, cuando menos hasta el volumen 19 que está presentado de forma digital en la página de “Mi Valedor” puede ser consultada en: <https://mivaledor.com/ediciones/>

dicho anteriormente, como publicaciones “Hechas en su totalidad (cuando menos el contenido) por “valedores”.

Volumen 13 “Correteando la Chuleta”⁵⁷

En este apartado se detallarán las peculiaridades de la revista número 13 de “Mi Valedor”: 'Correteando la chuleta', así como parte de la elaboración de contenido a través de la descripción de uno de los talleres. Como se ha mencionado, esta edición tiene gran relevancia, ya que la revista se enuncia como un número especial debido a que la mayor parte del contenido fue elaborado por los valedores (personas en situación de calle en la Ciudad de México con las que trabaja la revista)⁵⁸. A diferencia de otras ediciones, que solo contienen una sección (de dos páginas) destinada al contenido de los “valedores”, y lo demás son colaboraciones de artistas y profesionistas invitados⁵⁹. Hay que mencionar que en la información editorial de dicho volumen se puede apreciar que este número fue impreso el 07 de agosto del 2017, con un tiraje de 4 mil ejemplares.

El título de esta edición número 13, 'Correteando la chuleta', hace referencia al juego de palabras o la forma de llamar - coloquialmente en México - al acto de trabajar para conseguir alimento. Al ser una revista que tiene como objetivo dar un 'trabajo legítimo' a personas en situación de calle - “valedores” - principalmente por medio de la venta de mano en mano de la revista, así como conseguir reinserción social a través de la generación de contenido para la misma, por medio de talleres creativos. En la carta editorial se presume que el contenido presentará - a través de una serie de imágenes y textos - 'cómo se gana la vida el rico y el pobre' en la Ciudad de México. Tema, que dentro de esta carta editorial se presume, fue elegido por “los valedores. Otra de las peculiaridades que tiene esta carta editorial⁶⁰ es el siguiente extracto redactado por la Cofundadora del proyecto, María Portilla en el que menciona:

⁵⁷ El enlace para consultar el volumen número 13 de la revista callejera “Mi Valedor” / “Correteando la Chuleta” se puede consultar desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-13-correteando-la-chuleta/0962796001502239370>

⁵⁸ Sobre esta enunciación por parte de la revista “Hecha por valedores” se puede encontrar en la página ii (sin número en la revista), en la que se encuentra la carta editorial y es donde se menciona este supuesto del volumen 13: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-13-correteando-la-chuleta/0962796001502239370> En la versión digital se localiza en la página 4 de todo el contenido de la revista.

⁵⁹ De este tema se hablará más adelante - en el Capítulo V de Análisis, debido a que tiene sustento con el análisis de contenido realizado en esta investigación, a partir de la visión teórica que propone Krippendorff (1990) sobre esta herramienta cuantitativa.

⁶⁰ Sobre el fragmento escrito por María Portilla se puede encontrar en la página ii (sin número en la revista), del volumen 13. Para la versión digital, desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-13-correteando-la-chuleta/0962796001502239370> se localiza en la página 4 de todo el contenido de la revista.

Esta edición es única porque fue creada por los valedores de Mi Valedor, quienes son el corazón de este proyecto. A continuación podrán ver el resultado del trabajo, el compromiso y la dedicación de todos los valedores que se involucraron en la construcción de esta revista.

Estamos muy agradecidas con los colaboradores externos: los integrantes de Ediciones Antílope, Jorge Pedro Uribe, Jorge Garnica, Ana Portilla, Quetzalcóatl Molina, Ana Laframboise, Daniel Klinckwort y Emmanuel Peña, quienes dieron talleres de escritura libre, fototexto (sic), crónica, cuento, diseño editorial, pintura, ilustración y fotografía.

Conozcan pues lo que para los valedores es sobrevivir y perseguir la chuleta en esta ciudad.

–María Portilla, editora de Mi Valedor (p. ii, sin número en la revista impresa; p. 4 indicado en el contenido digital)

Es decir, la editora María Portilla menciona aspectos importantes: (a) confirma que la revista fue realizada por “valedores”, quienes son el corazón de este proyecto; (b) a pesar de que fue hecha por “valedores”, estos beneficiarios recibieron talleres de colaboradores para generar el contenido de este volumen, y (c) las visiones que se verán a continuación son perspectivas para los “valedores” sobre lo que significa para ellos ‘sobrevivir y perseguir la chuleta’ en la Ciudad. Estos elementos se discutirán más adelante como parte de este discurso que se plantea analizar en esta investigación. Sin embargo, por ahora es importante señalarlo para describir en un paso más de profundidad sobre la constitución de este primer volumen “hecho por valedores”.

En cuanto a la organización del contenido, el esquema de orden es similar al presentado anteriormente. Sin embargo, no cuenta con la sección “Hecho por Valedores” porque el contenido de esta edición supone la creación “hecha por valedores”. A pesar de este supuesto sobre la elaboración del contenido, se mostrará una tabla sobre quiénes participan en dicha sección. Es decir, si únicamente el contenido de esa sección fue hecha por “un valedor”, si existe un trabajo conjunto con los colaboradores o si fue realizado solamente por los colaboradores externos al proyecto.

Tabla de contenido del volumen 13 “Correteando la Chuleta”

Sección	Hecho por “valedor”	Hecho por “valedor” y colaborador	Hecho por colaborador externo
Un cuento (p. 6)		✓	
Documental (p. 12)		✓	
Crónica (p. 18)		✓	

Foto texto (p. 24)		✓	
La pieza (p. 25)			✓
Sin rodeos (p. 35)			✓
La Golosa (p. 37)		✓	
Figuras de barrio (p. 38)	✓		
Echando tiros (p. 39)	No lo menciona	No lo menciona	No lo menciona
Girando la rata (p. 40)		✓	
Avisos de ocasión (p. 41)	No lo menciona	No lo menciona	No lo menciona
El Valedor (p. 42)		✓	

(Acotación) Si fue hecho por... = “✓”

*Fuente: elaboración propia.

Descripción por secciones

Para esta parte, se detallará cómo está constituida la información en cada sección del vol. 13 de la revista callejera mexicana “Mi Valedor”. Esta información será estructurada a partir de cómo están presentados el o los autores correspondientes de cada contenido con el objetivo de saber más sobre la participación de cada uno de los actores principales: “los valedores” y los colaboradores de la publicación.

Sobre la sección “Un cuento” titulado “Como un cuento” está enunciado que fue escrito a “cuatro manos” (p. 6) por el valedor Francisco González y el narrador César Tejeda, quien fungió como colaborador. Hay que resaltar que Tejeda forma parte del equipo de “Ediciones Antílope”, un sponsor de la revista callejera. Este es el fragmento sobre cómo están enunciados los autores de “Como un cuento”:

Francisco González (San P. Atlapulco, Edo. de México, 1976) Criatura pensante, razonante, evolutiva, aprendiz de la vida, multifacético por naturaleza y mexicano por gracia divina.

César Tejeda (Ciudad de México, 1984) Es narrador. Es autor de la novela *Épica* de bolsillo para un joven de clase media (Planeta, 2012). Fue director de la revista *Los Suicidas* y en la actualidad forma parte del equipo de Ediciones Antílope. (p. 7)

Para la sección “Documental”, el contenido lleva por título “Que vengan los bomberos que me estoy quemando. Heroico cuerpo de Bomberos”. En este texto el “valedor” Alfredo Villena está enunciado como autor, y Paula García, quien está en el directorio de la revista con el puesto de Comunicación y ventas, funge en este documental como editora del texto. El siguiente texto es el fragmento sobre cómo están enunciados los autores de “Documental”: “Alfredo Villena (Tlatelolco, 1975) Valedor de corazón, corazón de condominio. Amante de las hamburguesas, el café, la música clásica, los animales, la naturaleza y la Ciudad de México.” (p. 13) En esta parte es importante aclarar que la editora de esta sección, Paula García, no aparece su reseña, excepto que ella editó el texto. Lo cual se puede encontrar referido arriba del indicador de página (12).

Para la sección de “Crónica”, el texto se titula “*El Pantera, El Español y El Comanche*”. El autor del texto está referido como el “valedor” José Santillán. El caso de la editora, Astrid López, es muy peculiar, debido a que ella aparece al inicio del texto, es decir, ella es quien presenta la crónica (que inicia en la p. 18), mientras que la referencia completa del “valedor” está al final de la historia o en donde termina el texto (en la p. 19). El fragmento de los participantes del texto se encuentra de la siguiente forma. Sobre el fragmento de la editora, el cual aparece primero:

Los valedores ya tienen una comunidad que se va volviendo cada vez más sólida con los distintos talleres y actividades que hay en la revista. Al abrir sus puertas para trabajar juntos pude adentrarme mucho más en el proyecto, compartir los detalles de sus propias historias y pensar juntos en nuevas formas de decirlas. Cada uno exploró y descubrió otras maneras de observar. José Santillán entrega en “El Pantera, el Español y el Comanche” una ventana abierta para poder mirar dentro de esta maravillosa comunidad.

–Astrid López, Ediciones Antílope (p. 18)

Sobre el fragmento del autor del texto, que aparece al final del mismo: José Santillán (Guanajuato, México, 1956) Caminero, molero, observador, callado, normativo, con la música por dentro. Valedor desde noviembre 2015. (p. 19)

Para el caso de la sección “Foto texto” con la pieza narrativa “Don Miguelito, el bolero” sucede algo similar que con la sección “Crónica”. Para empezar, la autora del texto, que es la “valedora” Hadassha Fragoso, está referida al final del mismo, al igual que “el valedor” Isaías Vázquez, quien fue el que tomó la fotografía. La editora, en este caso, Isabel Zapata se encuentra referida antes de que inicie el texto, es decir, al principio de esta sección. Los fragmentos de cada uno de los autores están de la siguiente forma. Sobre la editora:

Don Miguel García Paredes lleva más de sesenta años trabajando como bolero en Bucareli, frente al reloj chino. Ahí mismo tiene su casa, en donde pasa la mayor parte del día. Este foto-texto de la valedora Hadassha es una manera de rendirle homenaje a don Miguel y, de paso, a todos los personajes de las calles de la Ciudad de México que son ejemplo de supervivencia y alegría a prueba de todo.

–Isabel Zapata, Ediciones Antilope (p. 24)

Sobre el fragmento de la “valedora” Hadassha Fragoso:

Hadassha Fragoso (1959, Tepito, México D.F.) Thanks god from D.F. Tepiteña y a mucha honra. Amo escribir, cantar, comer, la Danza Guerrera, el deporte, ser valedora y viajar con las alas del éxito para aterrizar en la inmensidad de la victoria siempre. (p. 24)

En el caso del “valedor” Isaías Vázquez, quien participó en el contenido narrativo con una parte muy importante del mismo – la fotografía, porque es un foto-texto – no cuenta con una presentación sobre quién es. Solamente, como se menciona anteriormente, está referido al fondo de la página como el autor de la fotografía.

Para la sección de “La pieza”, en la que se muestra una obra artística de algún autor emergente, solo se encuentra referido el nombre de la artista, en el centro inferior de la página: Libre Gutiérrez. (p. 25)

Siguiendo con la revisión de secciones, es el turno de “Sin rodeos”. Esta sección está a cargo de uno de los colaboradores de la revista. No hay mucho que señalar, mas que la autora, María Elena García Mendoza, está referida al final del texto y al centro inferior de la página. Su fragmento está escrito de la siguiente manera: “María Elena García Mendoza. Trabajadora social por la UNAM, estudiante de la Maestría en Ciencias en Metodología de la Ciencia en el IPN. Catorce años de experiencia en trabajo comunitario con poblaciones callejeras.” (p. 35)

Para el caso de la sección “La golosa” surge un acomodo de la información especial. En esta sección hay varias historias, en la que los “valedores” escribieron recomendaciones o lo que más les gusta con relación a la comida. Hay un total de seis micro-historias, en las que aparecen referidos los autores del texto, y quiénes dieron la información. Cito ejemplo:

Entre más picante más sabroso [Título de la micro-historia]

Por Isaías, con información de Alberto [La referencia de quién escribió y quién dio la información]

Me gusta toda clase de comida, sobre todo si la acompaño con tepache, que sabe bien rico. Si son tacos o quesadillas, me gusta que lleven una buena salsa. Entre más picante más sabroso, porque a mí me gusta el sabor del picante, y ya entonces me bajo la sensación con un sorbo de tepache para poder seguir comiendo más. [El contenido de la historia, lo cual sucede con los otros cinco mini-relatos] (p. 37)

Retomando esta sección de “La Golosa”, de igual forma, en este caso dos editores, solamente están referenciados hasta el borde inferior central de la página. Sin embargo, otra de las curiosidades es que no aparecen las semblanzas de quienes participaron en esta sección. Como en el caso de las secciones pasadas.

Siguiendo con la sección “Figuras del barrio” sucede algo completamente diferente. Esta sección presenta seis fotografías en las que ponen el nombre de quienes aparecen en estas tramas visuales. Los autores de estas fotografías, dos “valedores”, Alfredo Villena Hadassha Frago solo aparecen colocados en el borde central inferior de la página, justo arriba del número de dicha página. Tampoco hay semblanza de ellos, aunque en este caso responde a lógicas editoriales, pues ya han sido presentados en las otras secciones en las cuales participaron.

Para el caso de la sección “Echando tiros” sucede algo similar que con “Figuras del Barrio”. Solo se presenta una fotografía que cubre la mayor parte de la página, aparecen referenciado los nombres de los actores de la foto – los “valedores” Francisco y Hadassha – y en este caso, la fotografía es de Archivo de “Mi Valedor”, es decir, no se menciona al autor de la fotografía.

Sobre la sección “Girando la rata”, que es un crucigrama, no aparece referenciado ningún autor que haya realizado esta pieza. Solamente, el autor de la ilustración que acompaña a dicho crucigrama, que es Emmanuel Peña. Su nombre también está referenciado en el borde central inferior de la página, arriba de la numeración de la revista. Para el caso de “Avisos de ocasión” que son sátiras y bromas de los tradicionales avisos de ocasión de los medios masivos, no se enuncia a ningún autor de esta pieza.

Para cerrar esta descripción, la sección de “El valedor” solamente está referido el autor del texto que, en este caso, es un “valedor”, Camaxtli Ortiz, quien escribe parte de la historia de vida de otro “valedor”, Leonardo Lamegos. El autor se menciona hasta abajo en el centro de la página y la fotografía del “valedor” que es el sujeto de quien se escribe es del Archivo de “Mi Valedor”. En este caso, tampoco aparece alguna semblanza o información adicional sobre el autor, aunque en esta sección, que aparece en los 21 números, no está referenciado con semblanza el autor de dicha sección.

Volumen 21 “Hola Vecinos”

En este apartado se describirá cómo está conformado el volumen 21 de la revista callejera “Mi Valedor”, que, cuando salió a la venta fue enunciada como la segunda publicación especial “hecha por valedores”. Recordando que la primera revista de este tipo fue el volumen 13 “Correteando la Chuleta”, previamente descrita. Como información general de “Hola Vecinos”, esta publicación se terminó de imprimir el 15 de diciembre del 2018 con un tiraje de 4 mil ejemplares. Un dato curioso que surge de estas dos publicaciones “hechas por valedores”, es que pasó más de un año entre cada edición para volver a contar con un número de este tipo.

El título de “Hola Vecinos” hace una referencia satírica de la revista española de moda “Hola”⁶¹ – cuando menos en la representación por medio de un dibujo del imago tipo de dicha revista; y que muy poca relación tiene con las revistas callejeras –. La temática de esta segunda entrega, de acuerdo a lo que se menciona en la carta editorial (p. ii, sin número en la revista impresa) es sobre generar comunidad con los vecinos que están cercanos a las oficinas de la revista de “Mi Valedor”.

Dentro de esta carta editorial – con autoría de los “valedores” – se menciona algo muy importante, que será retomado más adelante: “¡Hola vecino! (sic) En pleno empoderamiento de las minorías, surge la segunda edición hecha enteramente por los valedores de la revista *Mi Valedor*. [...] En *Mi Valedor* abogamos por una comunidad unida, incluyente y plural, donde todos tengan una voz.” (p. ii, sin número en la revista impresa).

Es decir, hay un discurso que argumenta cuál es la razón de ser de producir los números especiales de la revista “Mi Valedor”, dos puntos que, como se ha dicho, se discutirán más adelante: sobre el empoderamiento de minorías y sobre “otorgar voz” o sobre los “sin voz”.

⁶¹ Para conocer más sobre esta revista, consultar: <https://mx.hola.com/>

En cuanto a la organización del contenido, existen los mismas secciones que en los números pasados, en las que se agregaron unas nuevas. Otro dato importante es que la sección “Hecho por Valedores”, que no aparece en el volumen 13, en la entrega 21 aparece enunciada como “Hecho por Talleristas”⁶². En dicha sección, los colaboradores cuentan sus experiencias sobre cómo es trabajar con “los valedores”.

Las otras secciones que se agregaron son “Puentes” – que hace referencia al proyecto de locución y de radio por internet de “Mi Valedor”, y del cual se había hablado previamente en esta investigación: “La voz de la calle”⁶³. Una sección más agregada al esquema tradicional de contenido de la revista “Mi Valedor” es la sección “El sonidero”, escrita por el “valedor” Alfredo Villena, quien describe su experiencia con la música. Una sección que se suma a este número se titula “Ambulante”. El contenido de esta sección se relaciona con la iniciativa de cine “Cine Documental Itinerante Ambulante”⁶⁴, y es un texto realizado por siete “valedores”

Para cerrar esta serie de revisión de cambios en el contenido del volumen 21, la sección que antes estaba nombrada como “Girando la rata” que se trataba de resolver un crucigrama, en esta entrega fue nombrada “¿De veras es usted muy listo?”

A continuación se presenta la tabla de contenido del volumen 21 “Hola Vecinos” con el fin de describir cómo se distribuyó la participación de los “valedores” en el contenido de la revista impresa.

Tabla de contenido del volumen 21 “Hola Vecinos”

Sección	Hecho por “valedor”	Hecho por “valedor” y colaborador	Hecho por colaborador externo
Un cuento (p. 6)	✓		
Hecho por talleristas (p. 16)			✓
Documental (p. 18)	✓		
Crónica (p. 28)	✓		

⁶² Un tallerista, para la revista “Mi Valedor”, es una persona que, gracias a sus conocimientos y técnicas profesionales tiene la capacidad de enseñar y transmitir estos conocimientos a las personas en situación de calle que participan en el proyecto, es decir, los “valedores”. En el sitio oficial de “Mi Valedor”, existe un espacio para hacer una solicitud y así impartir un taller que se pueda acoplar a las temáticas de cierto número. Para más información, revisar: <https://mivaledor.com/contacto/>

⁶³ Para conocer los podcast de “La voz de la calle”, visitar el canal oficial de “Mi Valedor” desde: <https://www.youtube.com/channel/UCP9bUFnfTdYaBOgziOolpBw/playlists>

⁶⁴ Para conocer más sobre “Ambulante, revisar: <https://www.ambulante.org/>

Foto texto (p. 30)	✓		
Puentes (p. 32)			✓
El sonidero (p. 33)	✓		
Sin rodeos (p. 39)	✓		
Ambulante (p. 40)	✓		
La golosa (p. 41)	✓		
Figuras de barrio (p. 42)		✓	
Echando tiros (p. 43)			✓
¿De veras es usted muy listo? (p. 44)	No lo menciona	No lo menciona	No lo menciona
Avisos de ocasión (p. 45)	No lo menciona	No lo menciona	No lo menciona
El valedor (p. 46)	No lo menciona	No lo menciona	No lo menciona

Si fue hecho por... = “✓”

*Fuente: elaboración propia.

Descripción por secciones del volumen 21

Para esta parte, se detallará cómo está constituida la información en cada sección del vol. 21 de la revista callejera mexicana “Mi Valedor”. Esta información será estructurada a partir de cómo están presentados el o los autores correspondientes de cada contenido con el objetivo de describir más sobre la participación de cada uno de los actores principales: “los valedores” y los colaboradores de la publicación.

De acuerdo al índice de contenido del volumen 21, la primera sección es “Un cuento”. El autor es el “valedor” Isaías Pérez y la temática de la pieza es una narrativa en la que él, por medio de un personaje ficticio, relata parte de su vida y cómo era percibido por otras personas. El título de la historia es “Un vecino incómodo”. El autor está enunciado al lado de la numeración de página (p. 6) y su semblanza o breve presentación al final de la historia. Dicho fragmento se encuentra de la siguiente forma: “Isaías Pérez. Emprendedor, luchando por mejorar. Apasionado por la cocina, la comida y los sabores. Las pequeñas cosas lo hacen feliz. Tiene un pez que es su adoración.” (p. 7). A diferencia del volumen trece, ya no aparece si hubo una colaboración de algún tallerista, ni tampoco se nombra a algún editor del

contenido. Para este cuento, el final de la numeración de página de la revista, en la página siete, se menciona que las ilustraciones fueron realizadas también por los “valedores”.

La siguiente sección se titula “Hecho por talleristas”. Esta sección, que es la adaptación de “Hecho por Valedores” contiene las historias de los *talleristas* que participaron en los talleres para la elaboración del contenido de esta segunda edición especial. Cada uno de los colaboradores está referenciado con su nombre y abajo le sigue el relato de su experiencia con los “valedores”.

Para la sección de “Documental” el texto corre a cargo del “valedor” José Santillán, quien hace una revisión sobre las labores sociales de la Fundación JUCONI México A.C. De igual forma, está referenciado su nombre en la numeración de página y su fragmento de semblanza se presenta al final de su texto narrativo. Tampoco se enuncia si algún colaborador fue editor de dicho texto.

Siguiendo con la sección “Crónica”, el texto titulado “Un día en la vida de un valedor excluido por la sociedad” está enunciado como autor el “valedor” Camaxtli Ortiz, quien cuenta con su semblanza al final del texto. Este relato se presentará más adelante para el análisis de esta investigación, ya que, cabe recordar, una de las preguntas clave de este trabajo es conocer cómo se auto-representan los “valedores” en estas narrativas.

Para el “Foto texto”, el autor del contenido verbal es el “valedor” Juan Manuel Cárdenas, mientras que el autor del contenido fotográfico es el “valedor” Alfredo Villena. Solo se presenta la semblanza del “valedor” Cárdenas. Alfredo Villena no aparece, debido a que él es el autor de otro contenido en páginas posteriores.

Sobre la sección de “Puentes”, el contenido está hecho en su totalidad por el colaborador Andrés Vargas, quien es uno de los encargados de la producción de podcast “La voz de la calle”, previamente referidos. Su autoría y su semblanza aparecen en la página.

En la página siguiente, se encuentra la segunda nueva sección para esta edición especial. Se trata de “El sonidero”, que, como previamente se mencionó el autor es el “valedor” Alfredo Villena, y el relato trata sobre la música y sus distintas manifestaciones culturales por la Ciudad de México. Como autor, ya aparece su semblanza, misma que no apareció en “Foto texto”, en el que colaboró como fotógrafo de dicha sección.

Para la sección “Sin rodeos”, el autor es el “valedor” Francisco González. El tema de este texto es sobre los casos de discriminación que viven las personas invidentes. De igual forma, está referida la semblanza del “valedor” y su autoría al final de la página.

Siguiendo con la línea de secciones nuevas de contenido, viene la última de este tipo, que se llama “Ambulante”. Se trata de un texto hecho por siete “valedores” de quienes únicamente se enuncian sus nombres sin ninguna semblanza al final.

Sobre “La golosa”, la recomendación de comida corre a cargo del “valedor” Erasmo Navarrete. Quien está referenciado como autor y su semblanza también localizada al final del contenido presentado.

“Figuras de barrio”, al igual que el volumen 13, presenta una serie de seis fotográficas, que corren a cargo de los “valedores” Juan Manuel Cárdenas y Marco Antonio Munguía. Están referidos como los autores al final, mas no se señala quién tomó cuál fotografía.

En la sección “Echando tiros”, nuevamente aparece la coordinadora de Fotografía y Gestión social de la revista “Mi Valedor”, Delphine Tomes, con una sola fotografía que ocupa un amplio espacio de la página. No aparece su semblanza, solo se refiere como autora, al igual que en las otras secciones, al final de la página.

Para la sección “¿De veras es usted muy listo?” – que cambió de nombre para esta, siendo el anterior “Girando la rata” – solo cuenta con el crucigrama. El nombre del autor de ilustración que acompaña a la pieza, está referido al final de la página, como Black Gravant. En “Avisos de ocasión” no hay autores, al igual que en el volumen 13, por ser una página de sátiras y bromas como se mencionó anteriormente. Cerrando con la sección de “El Valedor”, a diferencia del volumen 13, aquí ya no se menciona quién elaboró el texto, ni de dónde o de quién es la fotografía.

5.4. Análisis crítico ¿Cómo se construye el discurso sobre las personas en situación de calle desde la narrativa construida por “valedores”?

En este apartado presentaré el análisis de dos piezas narrativas de los números 13 y 21 de “Mi Valedor”, respectivamente, elegidas para someter a discusión, realizadas por valedores. Se optó por que cada una correspondiera un volumen diferente. Lo anterior, tiene una relación con la detección de un discurso que pone a los personajes principales de las historias en una lógica de la víctima. En otras palabras, estamos hablando de dos textos narrativos construidos por sujetos enunciados por la propia revista como excluidos: dos “valedores” que narran la historia de otros sujetos excluidos. Es decir, resulta interesante analizar la siguiente fórmula narrativa, que bien resulta ser la pregunta central de esta investigación: ¿Cómo se construye el discurso sobre las personas en situación de calle (poblaciones excluidas) desde la narrativa construida por “valedores” (también poblaciones excluidas pero en proceso de reinserción) en los textos verbosuales de la revista callejera “Mi valedor”?

5.4.1. Análisis de la articulación “Don Miguelito, el bolero”. Volumen 13: “Correteando la chuleta”

Esta articulación corresponde al volumen 13 ‘Correteando la chuleta’, un foto-texto titulado “Don Miguelito, el bolero”. Esta pieza, según se expresa en la revista, fue escrita por la “valedora”, Hadassha Fragoso; con la fotografía del “valedor” Isaías Vázquez, editado por la colaboradora Isabel Zapata, de Ediciones Antílope – editorial que trabaja en conjunto con el proyecto de “Mi Valedor”.

Para el análisis de esta articulación, utilizaré las herramientas teórico-metodológicas de Richardson (2007) para comprender el discurso y la ideología que subyace en esta pieza. Posteriormente, utilizaré las herramientas de Gonzalo Abril (2012) para ofrecer algunas pistas sobre la imagen que acompaña al texto y cómo ilustra al sujeto principal de la historia que es “Don Miguelito”. Asimismo, procederé a mencionar, con base en la teoría de Bal (2009) sobre los aspectos narratológicos que constituyen a dicha articulación y cómo es que le dan sentido a la historia que se encuentra en esta articulación.

El texto ocupa una página y se encuentra en la 24. Al inicio del foto-texto está un discurso de Isabel Zapata, la colaboradora de Ediciones Antílope, en el cual narra – antes de la autora principal, la *valedora* Hadassha Fragoso, sobre qué va a tratar la pieza comunicativa. Cito texto de Zapata (“Correteando la Chuleta”, 2017):

Don Miguel García Paredes lleva más de sesenta años trabajando como bolero en Bucareli, frente al reloj chino. Ahí mismo tiene su casa, en donde pasa la mayor parte del día. Este foto-texto de la valedora Hadassha es una manera de rendirle homenaje a don Miguel y, de paso, a todos los personajes de las calles de la Ciudad de México que son ejemplo de supervivencia y alegría a prueba de todo.

–Isabel Zapata, Ediciones Antilope (p. 24)

Un apunte adicional para esta articulación es que, visualmente, ya existe un primer momento de jerarquía dentro de la estructura del texto. Es decir, la editora Isabel Zapata – una colaboradora que trabaja en una editorial – se pone al principio del texto y nos dice cómo será la historia que el lector verá a continuación. Tomando en cuenta que esta edición supone una elaboración de contenido hecho por los “valedores”, las personas que por medio de la revista “reciben voz y son generadores activos” de contenido. Un cuestionamiento para esta parte introductoria es si no existió alguna narrativa introductoria que haya producido la valedora Hadassha para comentar al lector sobre lo que ella escribió, en lugar de leer a una editora al principio de un texto que no produjo, aunque sí editó.

Análisis léxico: selección de palabras

En este apartado se presentarán y describirán las palabras que utilizó la editora del foto-texto de “Don Miguelito el bolero”, en la introducción de este texto visual. Esta selección buscará dar una primera respuesta a una de las preguntas operaciones de este ensayo, la cual es: ¿qué elementos – en este caso, palabras, escogió la editora para construir esa primera narrativa?

Don Miguel García Paredes lleva más de sesenta años trabajando como bolero en Bucareli, frente al reloj chino. Ahí mismo tiene su casa, en donde pasa la mayor parte del día. Este foto-texto de la valedora Hadassha es una manera de rendirle homenaje a don Miguel y, de paso, a todos los personajes de las calles de la Ciudad de México que son ejemplo de supervivencia y alegría a prueba de todo.

–Isabel Zapata, Ediciones Antilope (p. 24)

En el extracto anterior de la introducción del foto-texto las palabras más importantes que le dan sentido al texto están marcadas en “negrita”. Recordando lo que dice Richardson (2007) sobre el análisis

léxico: [Traducción] “Las palabras transmiten la huella de la sociedad y de los juicios de valor en particular – transmiten significados connotados y denotados.” (p. 47).

La editora decidió – como se menciona anteriormente – en primera instancia ubicarse antes que la autora, tanto visual como en sentido estricto – en primer lugar del foto-texto. Segundo, esta editora es quien nos contextualiza, a partir de su visión cómo será la pieza comunicativa. Desde una postura que parece marcar una diferencia entre personas en situación de calle y profesionistas (discriminación positiva), la editora coloca adjetivos y palabras de significado flexible para describir el foto-texto:

[...] Este foto-texto de la valedora Hadassha es una manera de rendirle homenaje a don Miguel y, de paso, a todos los personajes de las calles de la Ciudad de México que son ejemplo de supervivencia y alegría a prueba de todo.

–Isabel Zapata, Ediciones Antilope (p. 24)

Se puede apreciar que hay una aparente selección tanto de la autora –valedora Hadassha Frago, como la editora Isabel Zapata – que, a partir de “Don Miguelito” y su texto en la revista habrá un homenaje a esas personas que viven en situación de calle en la Ciudad de México, y que son un ejemplo de supervivencia y alegría a prueba de todo. Esto podría ser un hallazgo interesante, ya que podría dar pista de cómo se seleccionan las historias y sus personajes para construir el discurso y generar una identidad de la revista. Además es un primer acercamiento al nombramiento de la visión de las personas en situación de calle al mencionar que son un ejemplo de supervivencia y alegría.

Transitividad y Modalidad

En este punto convendrá hacer, sobre todo, un análisis de transitividad. Richardson (2007) menciona que:

[Traducción] “La transitividad describe las relaciones entre los participantes y los roles que juegan en el proceso descrito en los informes. Mills (1995: 143-144) argumenta que ‘el estudio de la transitividad se ocupa de cómo las acciones son representadas; qué tipo de acciones aparecen en el texto, quién las hace y a quién las hacen [...]’ (p. 54)

Es decir, con esta visión se busca definir y detallar las acciones en el texto y cómo están conformadas. En un primer extracto de “Don Miguelito, el bolero” se puede observar lo siguiente: “Su nombre es Miguel García Paredes, trabaja enfrente de la Secretaría de Gobernación desde hace sesenta y un años. Nació el 14 de abril de 1938, se casó y enviudó algunas veces. Su vicio es trabajar.” (p. 24)

Existe una presentación del personaje con su nombre y fecha de nacimiento. Posteriormente se enuncian las primeras acciones de su vida: “[...] se casó y enviudó algunas veces.” (p. 24). Estas dos acciones contextualizan un poco al personaje, pero no cuentan con un reportaje aún más profundo. Cuestiones como ¿por qué enviudó en unas ocasiones? ¿Qué fue lo que ocurrió en las otras ocasiones? Por último, se cierra con una oración de transitividad en ese fragmento: “Su vicio es trabajar.” (p. 24). Tomando en cuenta que la revista se enuncia como una publicación que busca ayudar a personas en situación de calle en la Ciudad de México, y que según el informe preliminar de Censos de gente en situación de calle⁶⁵, muchas de ellas están en esa condición debido al alcoholismo, tiene un significado implícito que posteriormente en el texto se desdoblará – haciendo alusión al vicio por el alcohol. Posteriormente, hay una serie de adjetivos que vuelven a construir al personaje: “Es bondadoso, tierno y amable [...] (p. 24)”. La parte que más resuena en la historia de “Don Miguelito” es el siguiente fragmento:

Sus hermanos murieron. Sus hijos se murieron; nacieron amarillos y no se lograron. Su esposa murió de un derrame cerebral. El bolero quería encontrar la muerte en el alcohol, se quiso envenenar, se tiraba bien borracho en las calles para ver si un carro lo mataba... Dice que se siente solo, mas sabe que no está solo porque Dios está con él.

Tuvo otra compañera que era como su mamá; se cayó de un autobús y también murió. Julia Fernández se llamaba. Otra vez se quiso envenenar, embruteciéndose para acabar con su vida, pero encontró una planta y le puso mucha agua porque estaba muy seca, casi muerta. La planta revivió y pensó: “Asimismo, yo también. La planta vida me compartió. Gracias a Dios, a mí también me revivió”. (p. 24)

En este fragmento hay un discurso que puede caer en el ámbito de “la víctima” frente al lector / consumidor. Es decir, nos presentan fragmentos de su vida que aluden a las peores cosas que le pueden suceder a un ser humano que no solamente sufrió abandono de sus padres y que por ende, vivió situaciones negativas. Es decir, después de la muerte de sus hijos, hermanos y acompañantes muertos, él quiso buscar la misma suerte en el alcohol. Como se escribe anteriormente, hay una construcción de una

⁶⁵ “Censo de poblaciones callejeras 2017, resultados preliminares” | “Coordinado por el Instituto de Asistencia e Integración Social (IASIS), en colaboración con organizaciones de la sociedad civil, expertos y academia [...]” En el caso de las adicciones, 3 de cada 10 son adictos al alcohol. Disponible en: http://189.240.34.179/Transparencia_sedes/wp-content/uploads/2017/Preeliminares.pdf

víctima por doble vía, una persona en situación de calle y además que se quedó solo gracias a la muerte. Esta construcción invita a que tanto la editora como la reportera decidieron que eran importantes esos textos, que suponen un ejemplo de supervivencia frente a todas las adversidades que ha sufrido. Llegando así al punto del análisis de las oraciones y su modalidad, Richardson (2007) menciona que:

[Traducción] La modalidad constituye la contraparte de la transitividad, refiriéndose a juicios, comentarios y actitudes en el texto y la conversación, y específicamente el grado en que un orador o escritor está comprometido con la afirmación que está haciendo. [...] La modalidad proporciona un paso más en nuestro análisis, mostrando que no solo hay enlaces entre la forma y el contenido, sino también entre el contenido y la función. La modalidad es usualmente indicada a través del uso de verbos modales (como puede, podría, podrá y debe); y sus negaciones (no puede, , no podría, no podrá y no debe) o a través de adverbios (ciertamente). (p. 59)

Siguiendo la línea de este apartado teórico, la modalidad del foto-texto “Don Miguelito el bolero” se encuentra en este fragmento: “El bolero quería encontrar la muerte en el alcohol, se quiso envenenar, se tiraba bien borracho en las calles para ver si un carro lo mataba...” (p. 24). En este caso en particular hay una “modalidad de deber”, ya que utiliza el verbo modal ‘quería’ para buscar su muerte en el alcohol. Es decir, hay una afirmación de que, cuando “Don Miguelito” buscó su muerte en el alcohol, era con relación a un evento futuro, una acción llevaba a la otra, aunque no lo logró.

Presuposición, retórica y narrativa

Comenzando con la presuposición, Richardson (2007) menciona que: [Traducción] “Sin embargo, no todo el significado está inmediatamente allí en un texto para simplemente leerlo desde el contenido del manifiesto; también hay significados ocultos o presupuestos en los textos.” (p. 63)

Para este apartado es importante resaltar que la forma en cómo se utilizan los verbos para describir una acción, será como haya presuposiciones de dichas acciones y tendrán presuposiciones. Retomando el ejemplo del foto-texto, cuando la escritora decide poner “Su vicio es trabajar”, prepara al lector para invitarlo a seguir leyendo para ver que tiempo atrás, “Don Miguelito” no tenía como vicio trabajar, sino, consumir alcohol para morir. Es un juego de palabras, incluso, ya que ese vicio de trabajar supone un ejemplo de superación y de “sobrevivir” a las adversidades de la situación de calle, pues ahora solo se dedica a trabajar.

La retórica del texto en general está basada en su mayoría en hipérboles. Al ser un homenaje para “Don Miguelito” y las personas que “sobreviven” en situación de calle, la elaboración y edición del texto supone un uso importante de estas figuras retóricas. A continuación unos ejemplos de las mismas:

(Sobre las hipérboles que contiene el texto):

Es bondadoso, tierno y amable, y siempre recita como si fuera un dicho: “Cuando me vaya para Venecia, adiós Lucrecia”, aunque en realidad es una canción de Pedro Infante.

Nunca ha tenido un hogar.

Sus hermanos murieron. Sus hijos se murieron; nacieron amarillos y no se lograron. Su esposa murió de un derrame cerebral. El bolero quería encontrar la muerte en el alcohol, se quiso envenenar, se tiraba bien borracho en las calles para ver si un carro lo mataba... Dice que se siente solo, mas sabe que no está solo porque Dios está con él.

Tuvo otra compañera que era como su mamá; se cayó de un autobús y también murió. Julia Fernández se llamaba. Otra vez se quiso envenenar, embruteciéndose para acabar con su vida [...] (p. 24)

En el caso de la narrativa, a pesar de que el texto está enunciado como una producción de una valedora – Hadassha Fragoso – el enfoque que recibe este texto parece que no es precisamente el de la autora, sino de la editora, ya que al colocarse al inicio del texto, ella es quien introduce el texto y de qué es lo que va a hablar. La secuencia narrativa busca introducir primero al personaje, y contar los puntos críticos de la vida del mismo desde su nacimiento hasta sus días actuales. Por ende, es lo mismo que el contenido narrativo, ya que la historia es lineal y no hace saltos de otros tiempos.

Análisis a partir de las categorías de Visualidad, Mirada e Imagen de Gonzalo Abril

Esta sección busca precisar el aparato crítico con el que se realizará el análisis. A pesar de que los elementos que se trabajan son del manual de Gonzalo Abril “Análisis crítico de textos visuales (2007), se citan los conceptos que están mejor definidos en su texto “Tres dimensiones del texto y de la cultura visual” (2012). Este ensayo ve las piezas comunicativas bajo la óptica de Abril (2012) quien menciona que:

(Un texto verbovisual) “Entiendo que “texto” ha de designar cualquier unidad de comunicación, generalmente multisemiótica (o “multimodal”, según el vocablo de moda), sustentada por una práctica discursiva e inserta en una(s) red(es) textual(es), que puede integrar o no elementos verbales, y que por ende no debe identificarse restrictivamente con ellos. (p. 16)

En este punto, nuestro foto-texto cumple con las características, ya que, además de contar con texto verbal, también cuenta con un texto visual, el cual es una fotografía de “Don Miguelito”, tomada – así lo dice el texto – por el valedor Isaías Vázquez. Es decir, estamos analizando una pieza multimodal. Por ende, al tener este esquema de texto visual o verbovisual, una de las categorías de análisis que se utilizarán será la visualidad, que Abril (2012) la define:

Llamamos “trama visual” al conjunto de significantes visuales que conforman el plano de la expresión de un texto visual, construyen su coherencia y preparan el conjunto de sus efectos semióticos. [...]En otros términos: vemos a través de los ojos de nuestra cultura, de los sistemas simbólicos, conocimientos, valores y estereotipos adquiridos a través de la enculturación. Y a través de nuestra experiencia más o menos particular de lectores de textos, incluidos los textos visuales. [...] no se trata tanto de saber “qué significan” los textos visuales, cuanto de indagar qué hacen los emisores al producirlos y los receptores al interpretarlos, cómo los sujetos de la comunicación construyen sentido cuando interactúan “a través de” ellos. (p. 20, 23 y 25)

El sentido sobre cómo interactúan los elementos verbales y visuales de la imagen son sencillos. Hay un texto verbal del lado derecho, y a su vez, del lado izquierdo acompaña la fotografía del personaje, en este caso “Don Miguelito el bolero” del lado derecho. Sigue siendo sencillo este acompañamiento, ya que la foto es de Miguel en su casa blanca, con un fondo en el que casi se alcanza a percibir el Reloj Chino, que se encuentra en la calle de Bucareli, en la Ciudad de México. Los sistemas simbólicos están relacionados con el texto: ya que además de vivir en esta casa adaptada en la calle, también es su lugar de trabajo, en el cual se desempeña como bolero.

Aquí está la imagen de la página.

- FOTO TEXTO -

DON MIGUELITO, EL BOLERO

Don Miguel García Paredes lleva más de sesenta años trabajando como bolero en Bucareli, frente al reloj chino. Ahí mismo tiene su casa, en donde pasa la mayor parte del día. Este foto-texto de la valedora Hadassha es una manera de rendirle homenaje a don Miguel y, de paso, a todos los personajes de las calles de la Ciudad de México que son ejemplo de supervivencia y alegría a prueba de todo.
-Isabel Zapata, Ediciones Antilope



Su nombre es Miguel García Paredes, trabaja enfrente de la Secretaría de Gobernación desde hace sesenta y un años. Nació el 14 de abril de 1938, se casó y envió algunas veces. Su vicio es trabajar. Es bondadoso, tierno y amable, y siempre recita como si fuera un dicho: "Cuando me vaya para Venecia, adiós Lucrecia", aunque en realidad es una canción de Pedro Infante.

Se crió en la calle desde los cinco años. Nunca ha tenido un hogar. Nació en Actopan, Hidalgo, pero abandonó a sus padres de corta edad porque no lo podían mantener. Nunca recibió ayuda de ellos, y cuando un día fue a ver a su papá, le dijo: "Yo vengo a saludarlo como a un amigo, ¿por qué llora usted?". Dice que no lo ve como a su padre porque "teníamos casa, pero nunca se preocupó por darnos escuela ni de comer".

Sus hermanos murieron. Sus hijos se murieron; nacieron amarillos y no se lograron. Su esposa murió de un derrame cerebral. El bolero quería encontrar la muerte en el alcohol, se quiso envenenar, se tiraba bien borracho en las calles para ver si un carro lo mataba... Dice que se siente solo, mas sabe que no está solo porque Dios está con él.

Tuvo otra compañera que era como su mamá; se cayó de un autobús y también murió. Julia Fernández se llamaba. Otra vez se quiso envenenar, embruteciéndose para acabar con su vida, pero encontró una planta y le puso mucha agua porque estaba muy seca, casi muerta. La planta revivió y pensó: "Asimismo, yo también. La planta vida me compartió. Gracias a Dios, a mí también me revivió".

Ahí mismo donde trabaja tiene una pequeña casita que parece como una cabina de tráiler, pintada de color blanco, bien sellada, bien asegurada. Aquí no pasa nada, con su puerita y su ventanita sobre ruedas, con cadena y candado, atada al barandal que está a un lado de nuestra oficina de *Mi Valedor*. Está acondicionada con luz eléctrica. Solo cabe una persona. A un lado está su silla y su cajón para bolear. Lo que más le gusta es que está seguro y sobrevive, aunque los vecinos le dicen que se vaya. Pero él aquí quiere vivir y trabajar. •

Hadassha Frago (1959, Tepito, México D.F.)
Thanks god from D.F. Tepitista y a mucha honra. Amo escribir, cantar, comer, la Danza Guerrero, el deporte, ser valedora y viajar con las alas del éxito para acercarse en la inmensidad de la victoria siempre.

Texto Hadassha Frago • Edición Isabel Zapata • Foto Isaias Vázquez / Colonia Juárez
[crisitivatre]

Página 24 de 42 de la revista "Mi Valedor", Vol. 13 "Correteando la chuleta"⁶⁶ / Foto-texto.

De igual forma, como anuncié en líneas pasadas, después del título del texto visual, inmediatamente entra la aportación de la Editora sobre el texto, antes que la autora. Es decir, la jerarquía de posiciones supone un elemento fundamental, tanto al momento de producir contenido para la revista, como visualmente para realizar el trabajo colaborativo. No es menor esta inferencia, ya que la descripción de quién es el autor de la pieza, viene hasta abajo. En el apéndice de este trabajo será más visible. Al hablar sobre la siguiente categoría, la cual es la mirada, Abril (2012) menciona:

⁶⁶ Para más información, consultar la edición 13 de la revista "Mi Valedor" desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-13-correteando-la-chuleta/0962796001502239370>

[...] Al mirar y hacer mirar seleccionamos, de modo consciente o no, lugares de enunciación contruidos y asignados como posiciones sociales: la mirada patriarcal, la mirada de clase dominante (quien no baja los ojos frente a quien ha de bajarlos, etc.), la mirada de sujeto resistente, o cómplice, o indiferente a la dominación del otro, etc. [...] la mirada es orientada y restringida conforme a variadas formas de prevención y decoro. (p. 28 y 29)

De igual forma, este concepto de mirar guarda una estrecha relación con la visualidad. Es decir, hay un juego muy importante de miradas en este texto, y en general en la revista. El lector al detenerse en este artículo y al parecer el hallazgo fundamental de este primer acercamiento es ese. En primera instancia ve la intervención verbal de la editora, seguido de la pieza comunicativa de la autora / editora, seguido de la fotografía y hasta el final, el nombre de los autores. Como decía anteriormente, las posiciones en la página que está destinada a este texto son muy importantes, pues indican el lugar de enunciación de cada personaje, en este caso, las posiciones, la pregunta que surge aquí es: ¿por qué no primero se colocó a la autora del texto y al autor de la fotografía – que son los valedores, y al final el papel del editor?

Para la última categoría, sobre la imagen, Abril (2012) menciona que:

Imagen no coincide con visualidad, porque [...] las imágenes no son necesariamente visuales y porque en el caso de los textos visuales gran parte de lo que llamamos “imagen” es ajeno a lo visible, o netamente invisible, aunque se relacione necesariamente con/por medio de la visualidad. [...] Las imágenes siempre adhieren algún imaginario social, son a la vez parte y resultado de esos imaginarios. [...] (Abril hace una cita de Rancière [2010, p. 104] en la que menciona que:) desplazándose de lo estético a lo político, insiste en las condiciones de comunidad, diríamos de sentido compartido, que presuponen las imágenes: “lo que llamamos imagen es un elemento dentro de un dispositivo que crea cierto sentido de realidad, cierto sentido común”, que no consiste sino en una “comunidad de datos sensibles”, compartibles. (p. 29, 31)

En este caso, la fotografía muestra algunos elementos y deja a otros fuera. Para empezar, muestra – como decía anteriormente – al personaje principal y su casa que está adaptada en la calle, especialmente sobre la banqueta y atada a una jardinera. Sin embargo, el texto menciona que esta casa está a un lado de la oficina de “Mi Valedor”, aunque no aparece contextualizada en la fotografía y tampoco se alcanza a percibir por completo – mas que un poco del barandal que rodea al Reloj Chino – que es donde está situado parte del contenido verbal del foto-texto. De igual forma, en la parte verbal de la pieza, las imágenes que “no vemos, pero que imaginamos” son sobre su infancia y sobre todo, sobre el clímax de la historia que es cuando mueren sus familiares, que evidentemente no cuentan con fotografías o tramas visuales de la misma de manera explícita.

Elementos narrativos

Narrador. En esta historia existen varios narradores del foto-texto “Don Miguelito, el bolero”. Para empezar, la editora Isabel Zapata, quien formó parte de este texto narrativo fija una posición desde el inicio de la pieza. Es una narradora externa, en cierto sentido, ya que no se refiere explícitamente así misma como una personaje dentro del foto-texto. Sin embargo, narra cómo será la pieza que el lector habrá de leer. Cito nuevamente el fragmento:

Don Miguel García Paredes lleva más de sesenta años trabajando como bolero en Bucareli, frente al reloj chino. Ahí mismo tiene su casa, en donde pasa la mayor parte del día. Este foto-texto de la valedora Hadassha es una manera de rendirle homenaje a don Miguel y, de paso, a todos los personajes de las calles de la Ciudad de México que son ejemplo de supervivencia y alegría a prueba de todo.

–Isabel Zapata, Ediciones Antilope (p. 24)

En esta primera aproximación, se puede visualizar que, a pesar de ser un número enteramente hecho por “valedores”, quien aparece al principio, introduciendo la historia no es, ni el personaje de quien se trata, ni la autora; sino la editora. Es externa en el sentido en el que no solo narra lo que el lector va a encontrar, sino que además narra de quién es el texto narrativo y enmarca a los sujetos principales del texto como personajes de las calles de la Ciudad de México como ejemplos de supervivencia y alegría a prueba de todo. Es decir, se distingue de ellos, quienes, hasta el momento, aún no han “hablado” en el texto.

La segunda narradora externa es la “valedora” Hadassha Fragosó, quien está en la categoría de externa, ya que no es un personaje que participe en la fábula o en la historia. Sin embargo, es ella quien narra parte de la vida de Don *Miguelito*, el bolero.

Historia. Los elementos de la historia son presentados entonces, por la “valedora” Hadassha, quien además es la autora y asimismo, algunos otros elementos los presenta el personaje principal, que es Don Miguelito, el bolero. Cito ejemplo:

Su nombre es Miguel García Paredes, trabaja enfrente de la Secretaría de Gobernación desde hace sesenta y un años. Nació el 14 de abril de 1938, se casó y enviudó algunas veces. Su vicio es trabajar. Es bondadoso, tierno y amable, y siempre recita como si fuera un dicho: “Cuando me vaya para Venecia, adiós Lucrecia”, aunque en realidad es una canción de Pedro Infante.

[...]

Nació en Actopan, Hidalgo, pero abandonó a sus padres de corta edad porque no lo podían mantener. Nunca recibió ayuda de ellos, y cuando un día fue a ver a su papá, le dijo: “Yo vengo a saludarlo como a un amigo, ¿por qué llora usted?”. Dice que no lo ve como a su padre porque “teníamos casa, pero nunca se preocupó por darnos escuela ni de comer”. (p. 24)

Secuencia de los eventos. Los eventos de este foto-texto son presentados a manera bibliográfica del personaje central. Es decir, en términos generales cuenta con una introducción sobre quién es “el bolero” – el personaje principal y único de esta historia – y cómo se fue desarrollando su vida.

Personajes. El personaje, “Don Miguel el Bolero” que, de acuerdo con la visión de Bal (2007) puede estar catalogado como “Héroe-víctima”. De acuerdo a los siguiente:

[Traducción] ¿Quién es el héroe? Muchas características problemáticas se han acumulado en el término, tanto que es mejor dejarlo solo. La capacidad del lector para identificar al héroe se ha presentado como criterio. [...] Otro criterio es la cantidad de aprobación moral que el héroe recibe del lector. [...]

Pero 'héroe' implica una semántica más positiva de la que se justifica. Como mínimo, hay que distinguir entre el héroe activo y exitoso, el héroe víctima y el antihéroe pasivo. (p. 133)

En este caso, hablamos de un héroe por todos los obstáculos que se ha encontrado a lo largo de la vida para poder salir victorioso de todas estas pruebas que ha vivido. Cito los ejemplos:

Se crió en la calle desde los cinco años. Nunca ha tenido un hogar. Nació en Actopan, Hidalgo, pero abandonó a sus padres de corta edad porque no lo podían mantener. Nunca recibió ayuda de ellos [...]

Sus hermanos murieron. Sus hijos se murieron; nacieron amarillos y no se lograron. Su esposa murió de un derrame cerebral. El bolero quería encontrar la muerte en el alcohol, se quiso envenenar, se tiraba bien borracho en las calles para ver si un carro lo mataba... Dice que se siente solo, mas sabe que no está solo porque Dios está con él.

Tuvo otra compañera que era como su mamá; se cayó de un autobús y también murió. Julia Fernández se llamaba. Otra vez se quiso envenenar, embruteciéndose para acabar con su vida, pero encontró una planta y le puso mucha agua porque estaba muy seca, casi muerta. La planta revivió y pensó: “Asimismo, yo también. La planta vida me compartió. Gracias a Dios, a mí también me revivió”. (p. 24)

Espacios presentados. Tomando en cuenta que Bal menciona que los espacios presentados en las historias muchas veces contextualizan y son una fuente importante de información, ya que es donde se desarrolla la historia – los lugares de acción – (p. 139), en el foto-texto es fundamental entender el espacio. Para empezar, el bolero tiene su cabida en esta edición especial de la revista debido a que 1) Su historia es ejemplo de un trabajo “digno”, que corresponde a la temática de la revista – “Correteando la Chuleta” o cómo sobrevive con dicho trabajo; 2) El lugar, donde además de trabajar, vive, está en frente de las oficinas de “Mi Valedor”, lo que le da una importancia y lo hace más afín a la revista, 3) Su casa contextualiza mejor cómo se comprenden estas formas de habitar la Ciudad y el espacio que el bolero ocupa para sobrevivir.

Focalizador. ¿Quién es el focalizador? ¿En dónde reside el punto de vista de la historia? Para este punto, recordando que el focalizador es quien atestigua los eventos, retomamos a la “valedora” Hadassha. Durante su texto narrativo ella es quién describe cómo sucedieron las cosas más importantes o por lo menos, las más significativas para elaborar el foto-texto que tiene como personaje principal a “Don Miguelito, el bolero”. Es decir, en este caso, el personaje principal – Miguel García Paredes – está de forma pasiva. Cito ejemplos:

Su nombre es Miguel García Paredes, trabaja enfrente de la Secretaría de Gobernación desde hace sesenta y un años. Nació el 14 de abril de 1938, se casó y enviudó algunas veces. Su vicio es trabajar. Es bondadoso, tierno y amable, y siempre recita como si fuera un dicho: “Cuando me vaya para Venecia, adiós Lucrecia”, aunque en realidad es una canción de Pedro Infante.

Se crió en la calle desde los cinco años. Nunca ha tenido un hogar. Nació en Actopan, Hidalgo, pero abandonó a sus padres de corta edad porque no lo podían mantener. Nunca recibió ayuda de ellos, y cuando un día fue a ver a su papá, le dijo: “Yo vengo a saludarlo como a un amigo, ¿por qué llora usted?”. Dice que no lo ve como a su padre porque “teníamos casa, pero nunca se preocupó por darnos escuela ni de comer”.

Sus hermanos murieron. Sus hijos se murieron; nacieron amarillos y no se lograron. Su esposa murió de un derrame cerebral. El bolero quería encontrar la muerte en el alcohol, se quiso envenenar, se tiraba bien borracho en las calles para ver si un carro lo mataba... Dice que se siente solo, mas sabe que no está solo porque Dios está con él. (p. 24)

En estos tres párrafos se puede apreciar de manera precisa que el ángulo y la visión que tenemos de “Don Miguelito” es a partir de la selección de los eventos que realizó la “valedora” Hadassha – y quizá, también la editora – para narrar la historia. En este caso, Hadassha es quien describe de manera completa lo que ha sucedido en la vida del bolero. Esta situación es interesante, ya que, si de por sí no existía “voz” para que los “valedores” participaran en el contenido, ahora, en este caso, la “valedora” deja hablar muy poco y nada al personaje principal de la historia.

5.4.2. Análisis de la articulación “Un día en la vida de un valedor excluido por la sociedad”. volumen 21: “Hola vecinos”

Para este apartado, colocaré el segundo análisis del texto narrativo de “Mi Valedor”. En este caso, se tratará de una articulación de la segunda edición especial de la publicación enunciada como “Hecha por valedores”. Recordando que el primer análisis que se hizo fue sobre el foto-texto titulado “Don Miguelito, el bolero”, un articulación del vol. 13 “Correteando la Chuleta” – la primera edición hecha por “valedores. En este apartado, será la crónica “Un día en la vida de un valedor excluido por la sociedad”, del volumen 21. “Hola Vecinos”. Para esta segunda articulación dejaré fuera del análisis los parámetros de Gonzalo Abril, debido a que no hay ninguna fotografía o imagen que acompañe a este texto verbal.

Análisis léxico: selección de palabras

En este apartado se situará el análisis de un texto de la revista “Mi Valedor” a partir de los modos de operación de ideología de Richardson (2007) explicados en líneas anteriores, así como las herramientas narratológicas de Bal (2009).

Para contextualizar, se hará el análisis de uno de los contenidos de la segunda revista enunciada también “hecha al 100% por los valedores” – la cual es una publicación del presente año (2019). En la presentación de dicho número, en la “Casa Equis”, un espacio artístico en la Col. Santa María la Ribera – en la Ciudad de México – Delphine Tomez, la coordinadora de fotografía de la revista mencionó que los “valedores” tuvieron la oportunidad de decidir el tema de esta segunda edición especial. Incluso, corroborando esta información en entrevista / conversación con algunos “valedores” que asistieron al evento, mencionaron que habían hecho un consenso en los talleres para decidir el tema. Cuando menos, ya existió un poco más de agencia – o bien, capacidad de toma de decisiones – de los “valedores” para seleccionar un tema, y no estar sujetos a los temas que proponen las editoras.

El texto a analizar será la Crónica personal que escribió el “valedor” Camaxtli Ortiz, titulada “Un día en la vida de un valedor excluido por la sociedad”, que se encuentra, como se ha dicho anteriormente, en el volumen 21 de la revista – titulado “¡Hola Vecinos!” –.

Para empezar, aquí resulta más evidente cómo se utilizan las palabras para darle un sentido a la historia a partir del mismo título de la pieza narrativa:

“Un día en la vida de un valedor excluido por la sociedad”

Autor: Camaxtli Ortiz Rodríguez / “Mexicano de corazón. Valedor audaz, apasionado, cantante, atrevido y actualizado.”

9:00 AM: Me voy a desayunar al comedor. Acostumbro a tomar mi café acompañado, a diferencia de la noche que se nos da más como si fuéramos marranos. (p. 28 y 29)

Es decir, aquí ya estamos encontrando un encasillamiento que genera – cuando menos de manera evidente el autor –, sobre el sujeto del que está hablando, que es una persona en situación de calle que vive en un albergue y por lo mismo, de manera casi automática, se convierte en un “valedor excluido por la sociedad”. En cierto sentido, como hemos señalado anteriormente, existen una serie de palabras que “aderezan” ese sentido de exclusión por la sociedad por medio de formas simbólicas negativas para hablar del trato malo que recibe una persona en esa condición. Reitero, a pesar de que se enuncia el autor, el sujeto nunca recibe un nombre – por lo que podría ser el mismo autor que se esté narrando a sí mismo o bien, puede hablar de una persona diferente.

Transitividad y Modalidad

En el caso de la categoría de la transitividad que Richardson (2007) propone para hacer el análisis de las relaciones entre los participantes y los roles que juegan, se pueden encontrar elementos interesantes, como:

09:55 PM: Llega el poli a corrernos sin importarle que esté lloviendo. Nos salimos todos. A algunos usuarios les mientan la madre. Todos se van a sus respectivos dormitorios menos yo, pues me voy a cotorrear con unos amigos: *El Timo, Charly y Chagui*.

11:00 PM: Paso al baño y me dirijo a mi dormitorio, que está arriba, cerca del comedor y la cocina.

11:30 PM: Abro la puerta y me llega un olor a patas; del asco me dan ganas de vomitar. Me voy rápido a mi cama que está al fondo. Tenemos treinta literas y somos sesenta vecinos quienes convivimos en el dormitorio. Yo me quedo arriba y mi vecino más cercano abajo. (p. 28)

En este relato, podemos encontrar que las relaciones con la autoridad del albergue y con sus compañeros es bastante compleja. Para empezar, si uno lee el texto completo, el “valedor excluido” al llegar al albergue es tratado de una forma negativa por el vigilante de dicho espacio físico, quien sin importarle poco la condición climática corre a todos a sus dormitorios y no les permite realizar sus actividades. Complementando con la modalidad, podremos encontrar que esta exclusión social que vive el sujeto principal de la historia se agudiza más y sustenta su condición de excluido es que justamente, al entrar al dormitorio las condiciones en las que habita no son las óptimas, ya que otros personajes similares a el principal, tienen condiciones desfavorables y provocan un olor desagradable en el espacio en el que se desenvuelve dicha historia. En otras palabras, el contexto tiende a volverse hostil contra el “valedor excluido”.

Presuposición, retórica y narrativa

Por la parte de la presuposición, se puede encontrar el siguiente elemento que le da sentido a dicho análisis:

11:00 AM: Convivo durante el transcurso del taller con mis vecinos los valedores.

02:00 PM: Me voy al comedor comunitario más cercano al lugar del trabajo.

04:00 PM: Voy a la José Vasconcelos, pido un equipo de cómputo, escucho música relajante y me quedo dormido.

06:30 PM: Me despierto y le sigo con el equipo de cómputo.

07:30 PM: Me retiro del lugar para dirigirme a mi *cantón*. Me subo al metro y llego al albergue para tener otra noche impresionante, para que al otro día siga con mi rutina de costumbre. (p. 29)

En esta parte se puede apreciar que no importa que tenga unos ratos de convivencia con otros compañeros, al final, su vida es una rutina a la que este “valedor excluido” se ha tenido que acostumbrar y por ende, presupone que así es la vida con la condición que ya hemos referido anteriormente. No importa que el sujeto principal de la historia salga de su contexto hostil, siempre habrá una rutina que no le permitirá salir de ese encasillamiento. Sobre las hipérboles que se pueden encontrar en la retórica de dicha

articulación son los adjetivos y palabras peyorativas que se pueden encontrar en ciertos puntos del material narrativo, tales como:

03:40 AM: Empieza la sinfonía de ronquidos, el maullido de las gatas en celo, la pelea de los otros vecinos: los ratones.

04:40 AM: Un maldito mosquito, otro vecinito con el que lucho por cinco minutos hasta que lo mato. Enseguida me dan lata los otros vecinos despreciables: las pinches chinches y los piojos que se originan por el mal aseo de las personas que no se bañan. Las ronchas me tapizan el cuerpo, unas son del tamaño de un huarache gigante.

05:00 AM: Suena la alarma de mi *cel*.

05:30 AM: Pasa un avión por ahí, no he podido dormir.

06:00 AM: Con los hermosos cánticos de los pajaritos se empiezan a levantar mis vecinos del cuarto, los que se van a trabajar temprano. (p. 29)

Es decir, el uso de palabras como “maldito”, “vecinito”, “despreciables”, “pinches”, es lo que cobra sentido de justamente crear un ambiente bastante complicado para el sujeto principal de la historia, quien no solo lleva una carga pesada de la exclusión, sino que además, ni siquiera en sus momentos de descanso – ya no por personas – sino por animales hay una atmósfera que implica agregar hostilidad al asunto, mismo que, por el lenguaje utilizado, no es para nada agradable para el autor.

Como he dicho anteriormente, la crónica analizada no cuenta con imágenes del sujeto del que se habla en la historia – me refiero a fotografías – simplemente hay algunas ilustraciones sin autor con un dibujo de una taza de café y un intento de retrato del sexo masculino que tiene tres pensamientos en forma de globos de historieta: unos signos de interrogación, unos garabatos y un reloj que marca las tres. Son dibujos de carácter ilustrativo, que por su forma de elaboración, difícilmente se puede profundizar más allá de ellos.

Otras consideraciones

Algo que resulta muy importante a destacar es lo siguiente. Al hacer este análisis de la ideología en el discurso de una de las piezas comunicativas de la revista “Mi Valedor” no se pone en duda la condición en la que realmente viven los “valedores”. Es decir, sería muy complejo hablar y describir de manera

coherente y profunda cómo es la situación en la que se encuentran las personas en situación de calle, además de que generalizar dicha condición sería nuevamente contradictorio y poco profundo.

Sin embargo, en estos modos de revisar cómo opera la ideología en el discurso que se elabora para la producción material – que en este caso es la revista, el elemento principal que le da sentido al proyecto de “Mi Valedor” – encontramos un uso del lenguaje bastante complejo. Para empezar, la pieza analizada se encuentra dentro de un volumen enunciado, tanto por las editoras del proyecto, como los mismos vendedores de la revista (“valedores”) como la segunda edición especial hecha por ellos mismos. Es decir, dentro de 21 volúmenes revisados, esta es la segunda ocasión que aparentemente “reciben” la oportunidad de que la mayoría de los textos sean elaborados por ellos y no por artistas emergentes y otros colaboradores. Siguiendo en esta lógica, el autor de esta crónica realizó una pieza comunicativa que habla de un fragmento de su vida cotidiana, y es él mismo autor quien ha elegido ciertas palabras para conformar su texto. Aquí estamos dejando de lado el proceso editorial – si tomamos en cuenta que fue, en su forma pura, una revista “cien por ciento hecha por valedores”, y se entiende, entonces, que el autor se auto-representa como una persona excluida por la sociedad y que, es esta posición la que no le permite salir de esta rutina (eterna) a la que ya se ha acostumbrado.

Estas herramientas de análisis del discurso y los significados en el lenguaje en uso permiten develar cómo ha sido la elección de las palabras al contar una historia y sobre todo, como el autor y el proyecto de “Mi Valedor” reflejan una posición – dentro del discurso – hacia el lector o el consumidor de esta producción material. Es decir, estas herramientas de análisis permiten conocer cómo se moviliza el significado por medio de la ideología plasmada en la revista. Asimismo, se entiende que estos significados producidos se circunscriben en un contexto de espacio y tiempo específico que le dan coherencia a la revista, en este caso, se podría hablar de que el “valedor” asume esta posición de excluido y busca que sea aceptada o legitimada al momento de que se vende la revista en su punto estratégico a su consumidor o al conocedor del proyecto.

Elementos narrativos

Para esta articulación narrativa, también hay elementos importantes a describir a partir de la mirada teórica de Mieke Bal (2007). Para lo cual, haré el mismo ejercicio con los elementos de análisis utilizados en el foto texto de “Don Miguelito, el bolero”. En este caso, utilizaré la crónica del Vol. 21 “Hola Vecinos” de la revista callejera “Mi Valedor”, que es la segunda edición hecha por “valedores”. El autor

de esta pieza es el “valedor” Camaxtli Ortiz, referido como autor en el texto publicado “Un día en la vida de un valedor excluido por la sociedad”.

En esta pieza narrativa, para empezar, se puede apreciar de entrada un título que ofrece un panorama muy particular sobre el cual se desarrollará la historia. Los elementos y la elección de palabras automáticamente encuadran y dan el enfoque sobre qué tratará el contenido narrativo: de la descripción de eventos que suceden en un día de vida cotidiana, de un valedor que se mira a sí mismo – porque Camaxtli es el autor y personaje del texto – como un “valedor” excluido por la sociedad.

Narrador. En esta crónica el narrador corresponde a la forma que Bal (2007) define como “narrador interno a la historia”, es decir, el personaje principal es quien está narrando los eventos y eso lo vuelve también el focalizador, misma categoría que desarrollaré posteriormente.

Cito ejemplos, en el que no viene el nombre del personaje, evidentemente no está el nombre en toda la historia, pero cito para contextualizar al lector cómo está narrada esta crónica y quién es quien la narra:

7:00 AM: Me levanto, arreglo mi cama y luego hago mi aseo personal de costumbre. Después me pongo a platicar con un abuelito que está en silla de ruedas. Me cuenta que es de Oaxaca y lo apodan “El Cocodrilo”. Se le dan todos los servicios, como alimentos, medicamentos, baño y dormitorio.

9:00 AM: Me voy a desayunar al comedor. Acostumbro a tomar mi café acompañado, a diferencia de la noche que se nos da más como si fuéramos marranos.

9:30 AM: Salgo del albergue. Por el camino saludo a mis vecinos orientales, chinos y coreanos. Abordo el metro donde convivo con otros vecinos, como los vendedores ambulantes. Llego a mi punto de venta en la Alameda Central y me quedó [sic] un largo rato.

03:00 PM: Me voy a comer.

04:30 PM: Me voy a otra parte a vender mis revistas. (p. 28 y 29)

Historia. Los elementos de la historia son presentados entonces por el narrador y el personaje de la crónica. Sobre el orden de los eventos, el “valedor” Camaxtli se decantó por presentarlos a manera de bitácora o línea del tiempo, ya que eso supone también el título: narrar cómo es un día en la vida de un “valedor” excluido por la sociedad. En el ejemplo citado pasado de esta crónica se puede apreciar cómo

aparece el orden en la publicación impresa, por medio de horas. Esta selección resulta un recurso narrativo para enunciar nudos de historia críticos en ciertas horas.

Personajes. En este caso, el personaje principal es el “valedor”, sin nombre, sobre quien se narra dicha historia. Además, hay algunos personajes incidentales que si bien, no forman parte medular de la narrativa, sirven para contextualizar a la misma. Me refiero a el policía que corre a las personas que están en el albergue cuando comienza a llover; *Alushe*, quien es su compañero de litera que vende droga en los dormitorios y que incide para que Camxtli no pueda conciliar el sueño en ese día que está narrando. Cito ejemplos:

07:00 PM: Tomó [sic] el metro y me dirijo a mi hogar, que es el albergue “Plaza del Estudiante”, mejor conocido como Coruña, ubicado en el Sur 65-A #3246, Colonia Viaducto Piedad, en la Ciudad de México.

08:00 PM: Me formo para poder ingresar.

08:50 PM: Por fin se me atiende; me registro y me dirijo al comedor para cenar y ver un rato la tele.

09:55 PM: **Llega el poli a corrernos sin importarle que esté lloviendo.** Nos salimos todos. A algunos usuarios les mientan la madre. Todos se van a sus respectivos dormitorios menos yo, pues me voy a cotorrear con unos amigos: *El Timo*, *Charly* y *Chagui*.

11:00 PM: Paso al baño y me dirijo a mi dormitorio, que está arriba, cerca del comedor y la cocina.

11:30 PM: Abro la puerta y me llega un olor a patas; del asco me dan ganas de vomitar. **Me voy rápido a mi cama que está al fondo. Tenemos treinta literas y somos sesenta vecinos quienes convivimos en el dormitorio. Yo me quedo arriba y mi vecino más cercano abajo. Él es un hombre de setenta años, delgado de piel apiñonada y cabello largo. Su barba y bigote le dan un parecido al Che Guevara, pero es mejor conocido como *Alushe*, por su apellido maya. *Alushe* vende cigarros, algo de chochos y bolsitas de marihuana a los vecinos de los otros dormitorios.**

12:00 AM: *Alushe* los despacha, se van y se duerme.

01:00 AM: *Alushe* tiene un sueño extraño, lo escucho maldecir a la gente diciendo: “Me las van a pagar, ojetes”, entre otras peladeces.

02:00 AM: *Alushe* ya cambió de sueño y esta vez es erótico, con una amiguita suya. Le dice prostituta y otras palabras altisonantes. Me deja saber sus más bajas pasiones, insultando siempre a la mujer.

03:00 AM: Un ataque de tos se apodera de *Alushe*, empieza a arrojar flemas; también se queja de un fuerte dolor en su pierna derecha, ya que sufre de una úlcera varicosa. Por si fuera poco, no se bañó; huele a perro muerto. Todos se quejan, obligando a *Alushe* a irse al médico. Todos se duermen, menos yo. (p. 28 y 29)

Asimismo, como *Alushe*, se suman dos personajes incidentales más que contextualizan este día narrado por “el valedor”. Se trata de las otras personas – como un conjunto de seres que habitan el mismo dormitorio que “el valedor” personaje, que también le impiden conciliar el sueño por sus ronquidos –, así como los ratones, las gatas que maúllan, un mosquito, las chinches y los piojos que también le impidieron dormir esa noche. Cito ejemplos:

03:40 AM: Empieza la sinfonía de **ronquidos**, el maullido de las **gatas** en celo, la pelea de los otros vecinos: los **ratones**.

04:40 AM: Un **maldito mosquito**, otro vecinito con el que lucho por cinco minutos hasta que lo mato. Enseguida me dan lata los otros vecinos despreciables: **las pinches chinches y los piojos** que se originan por el mal aseo de las personas que no se bañan. Las ronchas me tapizan el cuerpo, unas son del tamaño de un huarache gigante. (p. 28 y 29)

Espacios presentados. En el caso de esta narrativa, los escenarios también son fundamentales y en cierto punto, la historia se subordina a dichos espacios donde se desenvuelve la acción. El escenario principal es el albergue, que es donde se dan la mayor parte de los eventos que presenta un día de la vida del “valador” sin nombre en la historia. Cito ejemplos de estos espacios:

7:00 AM: Me levanto, arreglo mi cama y luego hago mi aseo personal de costumbre. Después me pongo a platicar con un abuelito que está en silla de ruedas. Me cuenta que es de Oaxaca y lo apodan “El Cocodrilo”. Se le dan todos los servicios, como alimentos, medicamentos, baño y dormitorio.

9:00 AM: Me voy a desayunar al comedor. Acostumbro a tomar mi café acompañado, a diferencia de la noche que se nos da más como si fuéramos marranos.

9:30 AM: Salgo del albergue. Por el camino saludo a mis vecinos orientales, chinos y coreanos. Abordo el metro donde convivo con otros vecinos, como los vendedores ambulantes. Llego a mi punto de venta en la Alameda Central y me quedó [sic] un largo rato.

[...]

07:00 PM: Tomó [sic] el metro y me dirijo a mi hogar, que es el albergue “Plaza del Estudiante”, mejor conocido como Coruña, ubicado en el Sur 65-A #3246, Colonia Viaducto Piedad, en la Ciudad de México.

08:00 PM: Me formo para poder ingresar.

08:50 PM: Por fin se me atiende; me registro y me dirijo al comedor para cenar y ver un rato la tele.

09:55 PM: Llega el poli a corrernos sin importarle que esté lloviendo. Nos salimos todos. A algunos usuarios les mientan la madre. Todos se van a sus respectivos dormitorios menos yo, pues me voy a cotorrear con unos amigos: *El Timo*, *Charly* y *Chagui*.

11:00 PM: Paso al baño y me dirijo a mi dormitorio, que está arriba, cerca del comedor y la cocina.

11:30 PM: Abro la puerta y me llega un olor a patas; del asco me dan ganas de vomitar. Me voy rápido a mi cama que está al fondo. Tenemos treinta literas y somos sesenta vecinos quienes convivimos en el dormitorio. Yo me quedo arriba y mi vecino más cercano abajo. Él es un hombre de setenta años, delgado de piel apiñonada y cabello largo. Su barba y bigote le dan un parecido al Che Guevara, pero es mejor conocido como *Alushe*, por su apellido maya. *Alushe* vende cigarros, algo de chochos y bolsitas de marihuana a los vecinos de los otros dormitorios.

12:00 AM: *Alushe* los despacha, se van y se duerme.

01:00 AM: *Alushe* tiene un sueño extraño, lo escucho maldecir a la gente diciendo: “Me las van a pagar, ojetes”, entre otras peladeces.

02:00 AM: *Alushe* ya cambió de sueño y esta vez es erótico, con una amiguita suya. Le dice prostituta y otras palabras altisonantes. Me deja saber sus más bajas pasiones, insultando siempre a la mujer.

03:00 AM: Un ataque de tos se apodera de *Alushe*, empieza a arrojar flemas; también se queja de un fuerte dolor en su pierna derecha, ya que sufre de una úlcera varicosa. Por si fuera poco, no se bañó; huele a perro muerto. Todos se quejan, obligando a *Alushe* a irse al médico. Todos se duermen, menos yo.

03:40 AM: Empieza la sinfonía de ronquidos, el maullido de las gatas en celo, la pelea de los otros vecinos: los ratones.

04:40 AM: Un maldito mosquito, otro vecinito con el que lucho por cinco minutos hasta que lo mato. Enseguida me dan lata los otros vecinos despreciables: las pinches chinches y los piojos que se originan por el mal aseo de las personas que no se bañan. Las ronchas me tapizan el cuerpo, unas son del tamaño de un huarache gigante. (p. 28 y 29)

Como se menciona, la parte importante donde se genera el conflicto y la razón de ser para contar esta crónica son los eventos que se suscitan en el albergue, el lugar principal donde reside el personaje.

Focalizador. ¿Quién es el focalizador? ¿En dónde reside el punto de vista de la historia? El punto de vista principal reside en el personaje “el valedor excluido por la sociedad”, que, como personaje narra y describe los acontecimientos. Es decir, el punto de vista que tenemos es el individuo y las acciones en los escenarios en los que se desenvuelve. En esta pieza narrativa es muy evidente ver al personaje ser también el narrador y focalizador. Uno de los ejemplos más claros es:

01:00 AM: *Alushe* tiene un sueño extraño, lo escucho maldecir a la gente diciendo: “Me las van a pagar, ojetes”, entre otras peladeces.

02:00 AM: *Alushe* ya cambió de sueño y esta vez es erótico, con una amiguita suya. Le dice prostituta y otras palabras altisonantes. Me deja saber sus más bajas pasiones, insultando siempre a la mujer.

03:00 AM: Un ataque de tos se apodera de *Alushe*, empieza a arrojar flemas; también se queja de un fuerte dolor en su pierna derecha, ya que sufre de una úlcera varicosa. Por si fuera poco, no se bañó; huele a perro muerto. Todos se quejan, obligando a *Alushe* a irse al médico. Todos se duermen, menos yo. (p. 28 y 29)

Como he mencionado anteriormente, estos hallazgos, sobre todo con el tema narratológico, es una forma interesante de ver cómo están constituidas las historias. Además de contar con un lenguaje soez, que apela a narrativas coloquiales, son historias bien contadas. Es decir, logran transmitir bien los conflictos y sobre todo, contienen muchos elementos narratológicos que permiten darle una solidez al texto. En términos concretos, hay un discurso “victimizante”, porque con ese juego de palabras a eso apela, pero es un discurso bien elaborado, que tiene los elementos narrativos para hacer una historia funcional.

5.5. El papel de la ‘víctima’ en ‘Mi Valedor’. Un acercamiento desde Daniele Giglioli

Este capítulo tiene como objetivo ofrecer una descripción sobre la construcción de “la víctima” dentro del discurso que se encuentra en los dos textos verbovisuales de las articulaciones de análisis, es decir, las revistas que serán sometidas a análisis en el corpus de la presente investigación. Se considera relevante para esta investigación esta categoría de <<víctima>>, ya que al analizar las narrativas de la revista “Mi Valedor” es inevitable encontrar estos discursos elaborados.

Recordando que el proyecto de “Mi Valedor” es una revista que se vende de mano en mano principalmente en puntos estratégicos de la delegación – actualmente alcaldía – de la Ciudad de México, Cuauhtémoc, uno de los discursos más útiles para ofrecer la revista al transeúnte sin duda será el de poner “a la víctima” a vender la revista. Es cierto, esta acción de la venta de mano en mano supone dentro de la revista una reinserción social por parte de las personas en situación de calle, a través de los actos comunicativos con otras personas; sin embargo, será de gran beneficio vender la publicación de tal manera, que no hay mejor discurso que “la misma víctima” que trabaja para “Mi Valedor”.

La categoría será descrita con base en el autor Daniele Giglioli (2017) en su obra “Crítica de la víctima” [Traducción del italiano “Critica della vittima”]. En este libro, Giglioli propone una serie de argumentos sobre la construcción de la víctima, en la cual, se da una especie de juego discursivo en la que dicha categoría se convierte en un personaje “vestido de héroe”, que no puede ser cuestionado.

La víctima es el héroe de nuestro tiempo. Ser víctima otorga prestigio, exige escucha, promete y fomenta reconocimiento, activa un potente generador de identidad, de derecho, de autoestima. Inmuniza contra cualquier crítica, garantiza la inocencia más allá de toda duda razonable. ¿Cómo podría la víctima ser culpable, o responsable de algo? La víctima no ha hecho, le han hecho; no actúa, padece. En la víctima se articulan carencia y reivindicación, debilidad y pretensión, deseo de tener y deseo de ser. (p. 8)

La cita anterior queda sustentada como motor principal de este capítulo. Si, bajo la premisa de que la víctima exige escucha, fomenta y promete reconocimiento, y además genera identidad, es un buen indicio de que se acopla al proyecto de “Mi Valedor”. La primera revista enunciada por el colectivo como una publicación “hecha cien por ciento por los valedores” – Volumen 13 “Correteando la chuleta”⁶⁷, exige

⁶⁷ Extracto sobre la información editorial de la publicación “Correteando la chuleta” Vol. 13: “MV La esquina de Mi Valedor, Vol. 13, es una publicación bimensual editada, publicada y distribuida por Mi Valedor Mx S.A. de C.V.,

escucha, reconocimiento y autoestima, es decir, se enmarca en la narrativa de la víctima (Giglioli) por parte de los “valedores”, que son las personas en situación de calle que colaboran en el proyecto. Dentro de la publicación encontramos, por una parte en el “Manifiesto Mi Valedor” (que además viene en cada una de las ediciones):

Somos un tejido vivo, bajo el concepto de ciudad. Creemos en la inclusión. Creemos en el trabajo colectivo. No seguimos el modelo asistencialista. Creemos en una solución a largo plazo que trabaje el problema desde la raíz. Somos una herramienta de sobrevivencia; para ellos y para nosotras mismas.

Nos asombran las pequeñas cosas. Detestamos esos ángulos estúpidos que nos dividen. No es cuestión de levantar al otro, es cuestión de levantarnos juntos. Comprendemos que ayudar es *ayudar-nos*.

La ciudad se encharca, y no queremos hundirnos entre tanta vida que demanda reconocimiento y sentido, ser escuchada y tocada. Ya no queremos encontrar culpables, queremos soluciones. Somos el problema y la solución. (primera página de cada edición de la revista de “Mi Valedor”)

Y de igual forma, parte de la carta editorial (supuestamente redactada por los “valedores”)

[Fragmento] La Ciudad de México es un mundo a la carrera, donde los seres humanos caminamos aprisa en busca del pan de cada día. Nosotros, los valedores, estamos incluidos en ese cosmos donde todos luchamos por sobrevivir. Ahí estamos nosotros, los que vivimos en situación de calle.

Pobres o ricos luchamos por la supervivencia.

Esta 13ª edición que tienes en tus manos la hicimos entre los valedores, porque queríamos mostrar el complejo arte de la supervivencia, tema escogido por nosotros. (Segunda página del Vol. 13 “Correteando la chuleta” de “Mi Valedor”).

Es de suma importancia aclarar que esta tesis, y más en específico este capítulo, no tiene como objetivo poner en entredicho o cuestionar de fondo la situación que viven las personas en situación de calle – “los valedores” – que están adscritos al proyecto de la revista. Sin embargo, la discusión rondará fundamentalmente sobre las narrativas que generan las y los editores del proyecto, quienes le dan forma al contenido del discurso de la revista y que, justamente de ahí supone una narrativa “de víctima” en las piezas del corpus de análisis.

Bucareli 69, Col. Juárez, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06600. Editor responsable: María Portilla Acevedo. [...]Este número se terminó de imprimir el 7 de agosto de 2017, con un tiraje de 4,000 ejemplares.”

Para consultar la información completa de esta edición, revisar: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-13-correteando-la-chuleta/0962796001502239370>

¿De qué son culpables los “valedores”?

Siguiendo esta línea rectora de la discusión sobre las víctimas en “Mi Valedor” resulta pertinente seguir con la concepción teórica sobre la categoría que compete a este capítulo. Un hallazgo interesante en esta investigación sobre la revista callejera es que los “valedores” han recibido muy poca voz para ser un proyecto que supone “dar voz” o “visibilizar” a las personas en situación de calle.

Esta información, me devuelve a parte de la teórica – crítica de la <<víctima>> sobre Giglioli (2017):

“Quien habla como víctima, o para la víctima, siempre está en la situación de quien habla en lugar de otro, lo que resulta completamente obvio cuando alguien toma la palabra en nombre de víctimas silentes. Pero, paradójicamente, esto es cierto también en el caso de la víctima que habla por sí misma en cuanto que **la víctima es tal porque ante todo está obligada a callar, a no ser escuchada, a verse privada del poder del lenguaje.** Hablar es la primera forma de *agency*. La víctima es un «in-fante».” (p. 21 y 22)

Es decir, en este punto de análisis somos testigos de que, a pesar que hay dos números especiales hechos por “valedores”, realmente hay muy poca agencia o bien, capacidad de acción de los “valedores” para poder externar un punto de vista. En este caso, uno puede llegar a pensar que en la revista se van a plasmar los pensamientos y sobre todo “la voz” de las personas en situación de calle; sin embargo, son los mismos personajes con “la capacidad de dar voz” y de “hacer visibles” a las personas en situación de calle quienes parecen hablar por la víctima. Y sobre todo, son ellos mismos quienes parecen que eligen cuándo pueden / o no hablar los “valedores”.

Las promesas de la víctima

Quisiera cerrar este capítulo con dos consideraciones que son muy relevantes cuando se habla de la víctima. La primera, desde la visión teórica de Giglioli (2017):

“En primer lugar, la víctima promete identidad. Es algo real, es cierta, tiene un origen, unos documentos, se funda en un acontecimiento, es demostrable. Interpela con seguridad y autoridad. **¿Qué soy? Una víctima, algo que no puede negarse y que nadie podría quitarme nunca.** Encuadra al ser con el perfil del tener,

reduce al sujeto a portador de propiedades (que no de acciones), le pide seguir siendo, dolorosa pero orgullosamente, lo que es.” (p. 152)

Para el trabajo de campo de esta investigación, uno de los requerimientos principales fue asistir a diferentes eventos que organiza la revista. Entre ellos están los eventos sociales, llamados “Vendor Week”, una iniciativa de la International Network of Street Papers (INSP)⁶⁸ – red internacional de revistas callejeras a la que está inscrita el proyecto de “Mi Valedor”. El “Vendor Week” supone una dinámica de “ser valedor por un día” y vender cinco revistas callejeras – en este caso, en el evento del 2018 y 2019 a los que asistí se llevaron a cabo en el Parque México, de la Ciudad de México –. Un “valedor” te comenta los obstáculos que afronta los días que sale a vender la publicación y que no necesariamente es el Parque México su punto de venta. Los conocedores del proyecto – que no necesariamente son personas en situación de calle, pueden ser alumnos de licenciatura en Trabajo Social por parte de la UNAM o bien simplemente ciudadanos que conocen la revista “Mi Valedor” asisten con la principal labor de ayudar. He platicado con mucha gente en estos eventos y les he preguntado qué es lo que piensan del proyecto. La respuesta, un tanto automática, casi siempre es la misma: “Es muy interesante saber que existe un proyecto que ayuda a las personas en situación de calle”. Entiendo perfecto que ellos no están realizando una investigación a fondo sobre estas publicaciones callejeras; sin embargo, el discurso de la revista se legitima y la gente en automático acepta (con un alto grado de desconocimiento) que el proyecto se preocupa por “las personas en situación de calle”. Insisto, no dudo de que pueda ser así, aunque en el papel – literalmente en el medio impreso – no hay mucha voz por parte de “los valedores”. Cuando menos la parte de “dar voz” y “hacer visible” a las víctimas no es tan amplia en cuanto a números se refiere: 1 de cada 7 fotos son que aparece en la revista fue hecha por algún “valedor”. Y casi 1 de cada 10 artículos fue escrito por algún “valedor”.

La siguiente consideración que he de poner a la luz es la siguiente, que de igual forma, tiene que ver con el marco interpretativo de Giglioli (2017):

[...] **la víctima garantiza una historia**, lo que la hace especialmente apetecible para una cultura convencida de que el *storytelling* lo es todo. [...] **La identidad es narrativa**. [...] no hay compartimento de la sociedad que prescindiera de la necesidad de ser imaginado, organizado y vivido como una historia que asigne con claridad roles y valores, y prescriba los objetivos y los deseos de quien debe recitarla. [...] El razonamiento aburre, el cálculo deja helado, la imagen por sí sola suscita malestar (¿será verdadera?). [...] **¿Por qué deberían escucharme si mi historia ya se ha contado mil veces?** Quien más aspira a lo auténtico más cae en la repetición. A este trance se sustrae la víctima, a la que nadie podrá encausar nunca

⁶⁸ Para conocer más información sobre la International Network of Street Papers revisar: <https://insp.ngo/who-we-are/>

por sus estereotipos so pena de ser acusado de falta de empatía. Ninguna víctima oirá nunca que le digan «¡Es la historia de siempre!». **Nadie le pedirá nunca cuentas del «cómo»: solo importa el «qué», el contenido. La historia victimista siempre es autorizada, exige atención, disciplina a la audiencia,** rechaza a priori la pregunta de quién es más y menos bueno. (p. 171 – 175)

Parece ser que hablar de las personas en situación de calle será una garantía de tener muchas historias para contar al consumidor de la revista. Qué persona se opondría a no apoyar el proyecto de un grupo social que se le enmarca como población vulnerable o socialmente excluida. Qué persona se opondría a ser “valedor” por un día y vivir en experiencia propia el tener que vender una revista que te convierte automáticamente en un “micro-empresario” y tener un ingreso legítimo⁶⁹.

Este discurso parece tan gastado, pero aparentemente sigue vigente con los consumidores de la revista. No importa tanto que esta historia se cuente mil veces, la gente rara vez preguntará el cómo y solo se detendrá en el discurso: “Una revista que ayuda a personas en situación de calle en la Ciudad de México”. Pero, ¿cómo? El consumidor está disciplinado para repetir este discurso hasta el cansancio. Acepta la ideología base de la revista, basada en la ideología de las revistas callejeras y medios alternativos, y se congratula de que exista un proyecto que le pueda “dar voz” y “visibilizar” a las personas en situación de calle.

En términos concretos, no hay que dejar de pasar por alto que desde esta crítica a la víctima, un elemento importante para analizar la narrativa de los contenidos de “Mi Valedor” tiene que ver con la legitimación del discurso con el que cuenta la publicación. Con lo anterior, me refiero a que el proyecto se centra en reinsertar a personas en situación de calle por medio de la revista, pero al construir la identidad de la revista sobre este punto, automáticamente genera que este proyecto quede inmunizado discursivamente de cualquier crítica, que es justamente lo que Giglioli señala, como vimos: ser víctima confiere prestigio, exige ser escuchado, promete y fomenta el reconocimiento, activa un potente generador de identidad, de derecho, de autoestima. Es decir, no se pone en tela de juicio que realmente esté ayudando a personas en situación de calle, sin embargo, legitima y vuelve incuestionable la forma en cómo las personas en situación de calle funcionan discursivamente para poder ser un modelo de publicación exitoso entre sus consumidores – “habla en nombre de las personas en situación de calle, sin ser la voz directa de los valedores”. En otras palabras, a pesar de que existe discursivamente un empoderamiento para que los “valedores” generen contenido en la revista, realmente es un

⁶⁹ Sobre la etiqueta de “micro-empresario” y la frase “obtener un ingreso legítimo” se puede encontrar en el volumen uno, “Amarrados” sobre la obtención del ingreso legítimo, y desde el volumen 10, “Nocturnos” sobre el micro-empresario que vende la revista. Para más información, consultar: <https://mivaledor.com/ediciones/>

empoderamiento parcial y fundamentalmente pasivo, además de que el 90 por ciento de los contenidos de la revista no son redactados por “valedores”, como arrojó la herramienta cuantitativa de esta investigación.

CAPÍTULO VI. APUNTALANDO LAS CONCLUSIONES

6.1. Valedores enunciados como excluidos

Sin duda, uno de los hallazgos más importantes que encontré en la investigación fue sobre la distribución del contenido entre los colaboradores y los “valedores”. Cuando conocí el proyecto, hubo un “valedor” que me vendió la revista por primera vez, cuando estaba comiendo cerca de la Fuente de las Cibeles en la Ciudad de México. Lo que él mencionó es que con la compra de esa revista le ayudaba a tener un ingreso y además el había participado en la elaboración del contenido.

Desde ese primer paso de la venta hasta el análisis de contenido corroboré que, a pesar de que él mencionaba que participaba en la revista, quizá no había contemplado que la “voz” que reciben los “valedores” es muy poca, tan poca que tuvieron que realizar dos ediciones especiales “hechos por ellos” y aún así, existe una asimetría enorme de contenido. Recordando que de 916 fotografías, 779 fotografías fueron publicadas de los colaboradores y editores de la revista, y solamente 137 publicadas de los “valedores”. Es decir, 1 de cada 9 fotografías han sido realizadas por “valedores”, en 21 ediciones – que incluyen apenas dos ediciones especiales hechas por ellos –. Además, sobre el contenido narrativo textual, de los 168 artículos distribuidos en los 21 números, 144 fueron realizados por colaboradores y editores de la revista, mientras que solo 24 fueron hechos por “valedores”. Sucede lo mismo, 1 de cada 10 artículos ha sido realizado “por valedor”.

La pregunta que surge al respecto, entonces, es ¿cuál es el lugar que se le da a “al valedor” dentro de la revista? ¿En dónde queda esa “trabajo colectivo” y el lugar que debería recibir las poblaciones vulnerables y excluidas para ser escuchadas? Este primer hallazgo cuantitativo dio paso a los otros con el fin de enriquecer esta investigación. Parecería que es muy fácil “hablar en nombre de las personas en situación de calle”, aunque lo correcto sería dejar hablar “a los valedores” si el proyecto se dirige a ellos.

Justamente, en la presentación de la revista “Hola Vecinos”, llevada a cabo en “Casa Equis”, un foro cultural en la Col. Santa María La Ribera, en la Ciudad de México, el 06 de marzo del 2019, a pesar de que fue un número hecho por “valedores”, fue presentado justamente por los coordinadores del proyecto y muy poca participación a los “valedores”. Algo que hay que notar, es que en estos eventos en los que participé, de presentación de revistas, dejan hablar muy poco a los “valedores” y evidentemente, hablan más los coordinadores.

Otro de los hallazgos fundamentales, a raíz del análisis de contenido fue sobre cómo se estructura la ideología y el discurso de la revista. Existe un discurso “*victimizante*”, más allá de las articulaciones sometidas a análisis. Tal como lo menciona Giglioli (2017):

“Quien habla como víctima, o para la víctima, siempre está en la situación de quien habla en lugar de otro, lo que resulta completamente obvio cuando alguien toma la palabra en nombre de víctimas silentes. Pero, paradójicamente, esto es cierto también en el caso de la víctima que habla por sí misma en cuanto que la víctima es tal porque ante todo está obligada a callar, a no ser escuchada, a verse privada del poder del lenguaje. Hablar es la primera forma de *agency*. La víctima es un «in-fante».” (p. 21 y 22)

En este sentido, se puede comprender por qué “los valedores” tienen muy poca voz dentro de la revista. Es decir, siempre que se hable en nombre de “la víctima” automáticamente la otra persona debe de estar dispuesta a escuchar. Además, en este caso, de cierta manera, los “valedores” están “obligados” a callar o a verse privados del lenguaje. Es decir, la revista adopta un modelo en el que si bien, las personas en situación de calle no generan tanto contenido, son quienes, en la venta en la calle son escuchados para que puedan vender estas revistas. ¿Cuál es el discurso que se emplea? El ya citado modelo de venta, en el que, al comprar esta revista le estás dando empleo a una persona en situación de calle que quiere cambiar su situación.

Este discurso, evidentemente, es una publicación de calidad editorial, que por \$20 pesos mexicanos, resulta atractivo de comprar y, a pesar de que la venta en la calle está muy castigada en la Ciudad de México, aún así existen muchos puntos de venta en la Ciudad, por lo que se ha notado una constante creciente del proyecto en cuanto a puntos de distribución – de mano en mano –.



*Fragmento de la revista 13 “Correteando la Chuleta” (sin numeración, p. i del contenido de la revista)

Otra de las líneas que comprenden este discurso de “víctima”, que se apega muy bien la revista “Mi Valedor” es que, como señala Giglioli (2009, p. 8), “La víctima es el héroe de nuestro tiempo. Ser víctima otorga prestigio, exige escucha, promete y fomenta reconocimiento, activa un potente generador de identidad, de derecho, de autoestima. Inmuniza contra cualquier crítica, garantiza la inocencia más allá de toda duda razonable.” La pregunta que se hace Giglioli (2009) cobra vigencia aquí también: “¿Cómo podría la víctima ser culpable, o responsable de algo? La víctima no ha hecho, le han hecho; no actúa, padece. En la víctima se articulan carencia y reivindicación, debilidad y pretensión, deseo de tener y deseo de ser” (p. 9)

Retomando la venta en calle de la revista, y como mencionaba que es fácil notar una calle que castiga la venta en ella, los ‘valedores’ al poseer un uniforme y una identificación de cierta manera cuentan con una identidad y por ende, tienen el beneficio de ser escuchados, aunque ellos cuentan en experiencias, como el *Vendor Week*, que muchas veces si encuentran dificultades para vender. La escucha, al ser “víctima” también acompaña a este modelo de revista, pues a los sujetos entrevistados para conocer qué piensan sobre el proyecto, automáticamente emiten un discurso que legitima el proyecto, de manera muy simple: “Es una revista que apoya a las personas y eso es muy bueno”. Sin embargo, la realidad es otra, pues como ya se ha mencionado, en el discurso así se enuncia la publicación de callejera, pero, cuando menos en la parte de dar voz o de visibilizar a las poblaciones excluidas, hay muy poco material producido por ellos – cuando menos, exhibido en la revista – la razón de ser de “Mi Valedor”.

Sobre la cabida de este contenido, en el evento organizado para presentar la revista en la Universidad Iberoamericana, llevado a cabo el 27 de febrero del 2018, las coordinadoras del proyecto que asistieron a presentar la revista comentaron que hay muchos colaboradores que quieren participar en el contenido de la revista; sin embargo, al ya estar elegidos los temas de las seis ediciones que saldrán por año, si el contenido no se ajusta a los temas, no se incluyen. Es decir, otro de los hallazgos es que el proceso de edición – en el que evidentemente participan las editoras – hay una fuerte selección de contenidos. Hay una fuerte presencia de esta autoridad para seleccionar y descartar contenidos.

Un tercer hallazgo importante en esta investigación tiene que ver ya, de fondo, sobre la construcción de fondo en el contenido narrativo en la revista callejera. Como se mencionó al principio, hay muchos elementos y elecciones para construir estas historias que presenta la revista a partir de una “victimización”. Reitero nuevamente, no se niega las condiciones y dificultades que puede encontrar una persona en situación de calle, para fines de esta investigación se trata de develar cómo está estructurado el contenido, no poner en discusión dichas dificultades económicas y sociales que encuentra una persona en dicha situación.

Si tomamos en cuenta las articulaciones analizadas de las dos ediciones especiales, el material narrativo está construido con formas que hacen que la historia tenga un dramatismo impresionante o que bien, la historia se inserte aun más en tramas simbólicas profundas que evoquen mayores sentimientos. Para la presentación de estos hallazgos, los realizaré con base en el marco teórico de Narratología de Mieke Bal (2007). Retomando que se entiende por <<texto narrativo>>:

[Traducción] [...] Un *texto narrativo* es un texto en el que un agente o sujeto transmite a un destinatario ('cuenta' al lector) una historia en un medio particular, como el lenguaje, las imágenes, el sonido, los edificios, o una combinación de los mismos. Una *historia* es el contenido de ese texto y produce una manifestación, inflexión y "coloración" particular de una fabula; la fabula se presenta de cierta manera. Una *fabula* es una serie de eventos relacionados lógicamente y cronológicamente que son causados o experimentados por actores. (p. 8)

“Los valedores, ¿se sienten reintegrados?”

Aunque esta no es la pregunta central de investigación, es muy interesante señalar que desde la percepción de los valedores, la respuesta contundente es sí. A los “valedores” que pude entrevistar, quienes fueron encontrados en su punto de venta mencionaron que la revista les ha ayudado y sí, se sienten reintegrados. Para empezar, el proyecto les hace sentir parte de una comunidad, en la cual encuentran otras formas de invertir su tiempo y esfuerzos para mejorar sus condiciones de vida. El día que se presentó la revista “Mi Valedor” en la Universidad Iberoamericana, habló un “valedor” sobre su experiencia y cómo se identifica con este proyecto. Cito las palabras del “valedor”, de quien por razones de resguardo de información personal, lo mencionaré como “valedor 1”:

Más bien, yo quisiera comentar cómo me presento con la gente que me hace el favor de recibir la propuesta y me ayuda mucho cuando la adquieren (la revista). ¿Por qué? Cuando llego a vender a estas personas les digo: ‘Soy el *valedor*, estoy trabajando en un proyecto que me está ayudando a salir de situación de calle. Este proyecto, “Mi Valedor”, a través de la revista fomenta el auto-empleo entre los que vivimos en albergue o en calle, y al salir a promoverla quieren que ganemos autoestima y seguridad. O sea, confianza. Por eso no la promueven (sic) en librerías, pero va más allá, porque nos dan talleres formativos martes y jueves: pintura, teatro, yoga, carpintería, fotografía... De tal modo que aprendemos más y llegamos a participar en los contenidos de la publicación. Entonces ya, a la persona que me está viendo le muestro parte de lo que es la publicación como la están viendo ahorita. [...] Me acuerdo de una experiencia en la que estaba el abuelo, el papá y la nieta. Me acerqué con la revista y les dije que había algo muy bonito que quería compartirle con ellos, les mostré una revista [...] cuando la gente me cuestiona, les comento que con esta revista, yo, al vender tres publicaciones pago donde vivo ahorita, que es una casa de huéspedes, tipo hostel y ya llevo un año que no voy a albergue. Yo estuve dos años en albergue, y en el albergue, si me cachaban lavando calcetines, me suspendían tres días, si me volvían a cachar, corrido. Si me mojaba a las cinco de la tarde, ni modo, a esperar hasta las siete a que abrieran. Era un albergue privado [...] Y si estaba

lloviendo en la mañana o si estaba enfermo, no importa, todo el mundo para afuera. [...] la diferencia de ahora, en donde estoy es que manejo mejor mis tiempos. [...] Entonces le digo a la gente: “cada vez que le compra a alguno de nuestros “valedores” [...] hace el efecto siguiente, si ustedes tienen una necesidad económica y les llega un dinero, cambia la perspectiva y uno se entusiasma. O si les encomiendan una labor y la llevan a buen término, uno dice ‘sí se pudo. Sí puedo.’ Eso nos pasa a los “valedores”, y aumenta el autoestima. (Min. 25:25)

En este esquema, se puede apreciar cómo desde el punto de vista de este “valedor” le ha ayudado el vender la revista y toma estas formas de autoestima al obtener una ganancia de ellos, que, a su vez, lo ven como una parte de reinserción social y de que pueden lograr otras cosas fundamentales. Por eso, he mencionado que sí, “los valedores” se sienten reintegrados. Evidentemente, no es el único testimonio. Hay otros más. Por ejemplo, ese mismo día de la presentación, “el valedor 2” también contó parte de su experiencia con el proyecto:

Llevo casi tres años con el proyecto de “Mi Valedor”. Soy una persona que tuvo problemas de adicción, drogas y alcohol. Yo llegué con el problema avanzado. Ellas (las coordinadoras del proyecto que estuvieron presentes en la presentación de la revista) nos dan talleres para que nos rehabilitemos. Gracias a estos talleres yo he dejado las drogas y el alcoholismo. Yo también vivía en la calle, después viví en la calle, pero gracias a esta “chamba” (trabajo), ya no vivo en albergue, ya rento un cuarto y sigo con mis estudios. La mayoría de nosotros estamos en la calle por el vicio y por el ocio y de alguna manera, esta revista hace una labor de prevención para las nuevas generaciones que no caigan en ese mismo problema. Es una revista didáctica, que emplea a personas en situación de calle, ex-reclusos, migrantes y personas de la tercera edad. Las chicas se encargan del contenido y nosotros las apoyamos con fotos, textos, dibujos y la experiencia de vida también es de nosotros. [...] A nosotros nos dicen ellas qué hacer para que ellas lo publiquen en la revista. (Min 21:33)

Este fragmento es la experiencia de otro “valedor” que se identifica con el proyecto y menciona que le ha ayudado a salir de su situación de vicios por medio de los talleres. Otro punto a rescatar es que él menciona que las editoras del proyecto les dicen a los “valedores” qué tienen que hacer para formar parte del contenido, lo que se había discutido anteriormente, la revista no es la “voz directa” de las personas en situación de calle, ya que se subordinan a los temas que eligen los editores.

A continuación, presento un tercer testimonio de un “valedor” más que se siente reintegrado con esta dinámica de la revista. Este “valedor 3”, dijo estas palabras en una entrevista que le realicé en su punto de venta:

Yo me he sentido seguro en el proyecto, que tengo chamba y este proyecto, lo bueno, es que te da trabajo rápido. Los talleres creativos nos ayudan a ser más seguros de nosotros mismos. El proyecto es bueno y sí se puede salir de situación de calle si eres constante y si se trabaja a diario, es una “herramienta de

sobrevivencia” como dice en el manifiesto de “Mi Valedor”. A mí me ha ayudado “Mi Valedor” en mi reinserción social, al poder yo rentarme un cuarto y ya no estar en un albergue, a ser más responsable y a tener seguridad en mí mismo. Nos apoyan con lentes, y servicios médicos para quienes no tienen un seguro social, no te cobran y te dan medicamento si estás enfermo. Uno también tiene que ser constante. Yo soy un testimonio de que sí se puede cambiar y salir de calle. [...] Yo no era nada sin “Mi Valedor”, gracias a la revista soy algo, porque yo no valía nada, yo estaba en un albergue, yo era un parásito y no hacía nada. En “Mi Valedor” me dieron un voto de confianza y trabajo, eso es un gran apoyo. Es también cuestión de que uno quiera salir adelante. Si no hubiera querido, seguiría alcoholizándome o drogándome. Vivir en calle no es algo muy grato, pero de ti depende salir adelante. “Mi Valedor” sí es buen proyecto. Me gustaría que más gente entrara, pero no a todos les gusta vender (revistas), algunos prefieren PET o Cartón. [...] Sobre los talleres, te concentras y te ayudan a sacar tu estrés pintando o tejiendo o escribiendo, porque así aprendes. [...] Problemas siempre hay, a veces llueve y no vendes y, a veces el valedor sufre la venta en calle. [...] Para escribir en la revista, no hay presión, yo puedo escribir lo que quiera. [...] Sobre la venta de la revista, no a todos les gusta la venta, la gente se desanima muy fácilmente al no vender. O les da pena, “prefiero pedir dinero” alguna vez nos dijo eso un “valedor”. (Min. 0:30)

Este es otro testimonio sobre cómo un “valedor” se siente reintegrado en la sociedad y menciona que el proyecto le ha ayudado, sin embargo, reconoce de igual forma que este salir adelante es parte de que uno quiera hacerlo, y que de esa forma, existen personas a las que no les gusta. Los demás testimonios estarán en el apéndice.

6.2. ¿Cómo es el empoderamiento en “Mi Valedor”? Crítica de la víctima

Para esta sección de conclusiones optaré por darle una respuesta concreta a las preguntas de investigación. Ya se ha respondido anteriormente de manera indirecta; sin embargo, trataré de hacer la revisión mucho más puntual de dichas preguntas con el objetivo de ofrecer más claridad en la investigación.

Comenzaré ofreciendo una respuesta más precisa a la meta-pregunta: “¿Cómo se construye el discurso “alternativo” de la revista callejera “Mi valedor” en relación con la “reinserción” de los sujetos (“valedores”) que son enunciados desde la misma publicación como “poblaciones excluidas”? Si tomamos en cuenta que Atton (2002) habla de que una de las funciones de los medios alternativos – como lo es la revista “Mi Valedor” supone romper con las jerarquías verticales, podemos entender que, a pesar de que hay muy poco contenido en la publicación por parte de las personas de situación de calle, esto implica que se están abriendo algunos espacios para poner en órbita otras voces que antes no habían sido tomadas en cuenta por los medios tradicionales. Es decir, en “Mi Valedor” tenemos una participación de otros sectores, pero sigue siendo muy baja si se le compara con la participación de los artistas emergentes y otros actores profesionales que también publican en la revista.

El contenido que vemos que se convierte en un discurso alternativo encasilla en una parte importante a las poblaciones vulnerables dentro de esta misma dinámica. Es decir, existe una discriminación positiva que genera y marca una diferenciación entre ser una persona en situación vulnerable y otra que no lo es. A pesar que habla de temas de segregación social, inclusión, pobreza y vicios, el discurso sigue encasillando a estas personas en víctimas y aún así no hay mucho espacio para que ellos expresen de manera más amplia su punto de vista.

Siguiendo con las preguntas de investigación, dando respuesta a la pregunta central: ¿Cómo se construye el discurso sobre las personas en situación de calle (poblaciones excluidas) desde la narrativa construida por “valedores” (también poblaciones excluidas pero en proceso de reinserción) en los textos verbosuales de la revista callejera “Mi valedor”? Se puede esbozar lo siguiente: hay una enunciación discursiva directa de que existe una víctima dentro de la publicación que son justamente los “valedores”. Recalcando, no ponemos en tela de juicio que realmente sufran por esta condición en la que se les encasilla “poblaciones excluidas”, sin embargo se las define desde ese rasgo, lo cual las encasilla y las coloca en un discurso de la víctima. El modelo de negocio sería diferente si esto no se enunciara. Como dice Giglioli (2017), la víctima promete escucha.

Como he mencionado anteriormente, se construye a un “valedor víctima pasivo”. Que si bien, tiene participación en los talleres creativos de la revista y otras dinámicas que suponen la reinserción social, sigue siendo un tema de discusión la poca apertura de espacio en la revista para que ellos sean quienes elijan los temas de los que se van a tratar las ediciones, así como las piezas narrativas que cuentan para plasmar sus ideas. Lo que se encuentra por el momento, son unos “valedores” que se subordinan a los temas y el espacio que determinan las editoras del proyecto para generar el contenido y que ellos puedan participar. Recalcando, cuando menos, en este sentido, el empoderamiento de “dar una voz” (que además en sí, como expresión, anula la agencia del sujeto, pues quien “da voz” es la revista) es muy limitado, hasta en el número de volúmenes: apenas dos ediciones especiales, de 21 números editados hasta la finalización de esta investigación.

También, es necesario recalcar la otra parte del empoderamiento, que no se puede negar y el cual consta de ofrecer un empleo legal, en el cual los “valedores” cuentan con un punto específico en la Ciudad de México para poder vender las revistas y así generar unos ingresos. Otra parte importante del empoderamiento tiene que ver con el trabajo en los talleres creativos, en los cuales adquieren conocimientos y habilidades y se capacitan para que, en los pocos espacios con los que cuentan para plasmar sus ideas, encuentren una voz y sean capaces de publicar sus experiencias dentro de la revista. Podríamos decir que ahí radica el intento de “Mi Valedor” de beneficiar a una minoría, sin dejar de lado el poco espacio que han ofrecido a dichas minorías para la expresión de sus ideas.

6.3. Reflexiones sobre la subjetividad del valedor

Más que ofrecer conclusiones – porque esta investigación académica puede ser mejorada y perfectible, como cualquier documento inscrito en las lógicas de la investigación – prefiero ofrecer discusiones sobre lo que encontré a lo largo de este proyecto.

Iniciaré mencionando cómo están contruidos los textos de la revista, aproximándome a través del tipo de narrativas que presentan y algunos elementos que escogen para construir las narrativas, finalizando con la mención sobre cómo se construye la subjetividad del “valedor”. Como lo he mencionado durante esta investigación, en general, las narrativas que presenta la revista de “Mi Valedor” son a través de una agenda definida por las editoras y colaboradores del proyecto principalmente, por medio de los talleres. Es decir, como encontrará en los anexos al final de este documento, las editoras mencionaron en la presentación de la revista en la Universidad Iberoamericana el 27 de febrero del 2018, ellas definen los temas a presentar en las seis ediciones bimestrales y por medio de los talleres y otras colaboraciones es como generan el contenido. Entendiendo nuevamente que la revista no es directamente la “voz” de los “valedores”, ya que solo existen dos números especiales realizados por ellos y no en su totalidad. Entonces, el tallerista y/ colaborador de “Mi Valedor” propone una serie de elementos desde su área de experiencia para elaborar el contenido. El caso documentado está en el volumen “La edad de Oro” que tuve la oportunidad de documentar. La tallerista mostró algunas imágenes de los años cuarenta, así como música representativa de esos años para que “los valedores” escribieran una historia, imaginando cómo sería su vida en esa época. Posteriormente, cada uno de ellos leyó su historia y la tallerista hizo observaciones. Posteriormente pasan por un proceso de edición, el cual, el contenido responde a las lógicas de redacción y estilo para que sea funcional para ser vendido. En este punto, puedo mencionar que el “valedor” no tiene tanta agencia o capacidad de acción para proponer un tema, ya que la revista, aunque trata de posicionarse en una relación horizontal, las lógicas de trabajo en el fondo son verticales. Es decir, hay un aparato editor que se dedica a decidir los temas y cómo será el contenido, sin la necesidad de que los “valedores” participen directamente en la selección y toma de decisiones. Evidentemente, hay dos números especiales, pero ya se ha mencionado cómo es la participación en cuanto a la generación de contenido.

Sobre la parte de la construcción de subjetividad del “valedor”, es importante mencionar y tener en claro que el proyecto busca darle “voz” a las minorías. Desde el inicio del proyecto, “los valedores”, están enmarcados como poblaciones vulnerables y excluidas, a quienes uno como consumidor del proyecto ayuda directamente a través de la compra de la revista. A pesar de que, por mucho el contenido

no es generado por ellos, lo cual se puede decir que agudiza su vulnerabilidad y exclusión, ya que se le da preferencia a los colaboradores externos, los “valedores” se identifican con el proyecto, en el sentido de que ellos lo ven como una forma de trabajo y una forma de aprender nuevas aptitudes, a pesar de que no aparecen tanto en la revista. Si esta identidad se relaciona con lo que hacen los “valedores” en la revista, podemos ver que parte de esta subjetividad recae en que son productores de las historias que las editoras quieren que cuenten. Es cierto, ellos producen esas narrativas; sin embargo, es a través de las condiciones de posibilidad que exigen los coordinadores del proyecto para que se genere una historia.

En gran parte, los elementos que escogen para construir las narrativas – en general de los 21 números – tratan sobre temas urbanos y populares en la Ciudad de México, entendiendo por popular estos elementos que conforman los barrios y la camarería a través del lenguaje coloquial. Entrando de lleno a las narrativas que generaron los “valedores”, mismas en las que los “valedores” aparecen enunciados y referidos en la revista como autores, se construyen a partir de un discurso victimizante. Es decir, como se ya se ha dicho anteriormente, los “valedores” produjeron narrativas que garantizarán ser leídas y que legitiman o bien, acentúan su condición de personas “sin voz” que buscan ser escuchadas. Recalcando que, en esta investigación no duda que las condiciones en las que viven o vivieron “los valedores” del proyecto, sean inadecuadas o un espacio sin muchas condiciones de posibilidad para salir adelante; sin embargo, así están estructurados los discursos dentro de la revista. Ya se ha hablado de títulos como “Un día en la vida de un valedor excluido por la sociedad”, en las cuales se narran las condiciones y pareciera que no pudieran salir de esa etiqueta d exclusión que, incluso se vale la revista – una discriminación positiva – en el entendido de que necesita diferenciar quién es un “valedor” y quién no. ¿Por qué? Muy sencillo. El proyecto necesita diferenciar quién vive y quién no padece la situación de calle, que entendemos por “excluidos”, “sin voz”, “población vulnerable”, ya que la revista promete dar empleo y ser parte de la voz de una población que necesita ser tocada y escuchada. La revista “Mi Valedor” cuenta con el poder o facultad de “ser la voz” de la calle, de aquellos que necesitan ser escuchados.

Lo anterior mencionado, da pie a responder cómo es, entonces, que aparecen representados las personas en situación de calle en los textos verbo-visuales de “Mi Valedor”. Ya se ha hablado de que estas representaciones se basan en un discurso victimizante (Giglioli, 2009) que promete escucha de quien consume el producto. “Los valedores” viven bajo etiquetas, enfrascados en su realidad y que un vehículo de significado importante para intentar salir de ahí, es por medio de la revista. En la publicación se habla y retomo, de “poblaciones vulnerables y excluidas” en la Ciudad de México. Y que, por medio de la revista son capacitados para desarrollarse como microempresarios, además que participan activamente en la generación del contenido de cada número. Agregando a esto, si nos vamos un paso atrás, por medio de la compra de la revista, esto se convierte automáticamente en una acción de darle empleo a una persona en

situación de calle o exclusión social, quien desea mejorar su calidad de vida⁷⁰. Si se toman en cuenta más elementos de la representación de los “valedores”, podremos encontrar que parte del manifiesto de “Mi Valedor” menciona que estas poblaciones demandan reconocimiento y sentido, ser escuchados y tocados. Pero, como ya se ha dicho, paradójicamente, hay más elementos narrativos e imágenes de colaboradores externos, quienes no viven esta condición de vulnerabilidad, que los mismos “valedores”. De hecho, es tan paradójico este asunto, que si retomamos este manifiesto que se encuentra en los 21 números analizados, podremos mirar que la revista “cree en la inclusión”, un tema muy ambiguo. Si miramos a profundidad, y tomamos en cuenta que hay muy poco y casi nulo material de los “valedores”, no sabemos si se refieren a la inclusión de “los valedores” o minorías excluidas, o bien, la inclusión de artistas emergentes, quienes son los que más aportan al contenido de las revistas, la producción material principal de “Mi Valedor”.

Entendiendo esta descripción y exploración de los 21 números de “Mi Valedor” quedaría entonces conocer la respuesta a la siguiente metapregunta, que excede los límites de esta investigación pero que la coloca en un tipo de abordaje: ¿Los medios alternativos son realmente una forma de participación ciudadana de los sujetos que son enunciados como “personas sin voz”? Como lo he mencionado con anterioridad, y quizá es uno de los hallazgos más relevantes, los “valedores” con los que tuve la oportunidad de hablar, mencionaron categóricamente que se sienten reinsertados en la sociedad y les hace bien formar parte de un proyecto como este. Es cierto, hasta el punto en el que podemos encontrar contenido de ellos, claro, si éste es contrastado con la cantidad de inserciones que tienen los colaboradores, es muy poco, un pedacito muy chico de ese gran pastel llamado “Mi Valedor” pertenece a los “valedores”, estas poblaciones vulnerables que tienen la necesidad de ser tocadas y escuchadas y que son “personas sin voz”. Si miramos desde otra óptica, podremos encontrar que existe una participación ciudadana de estos “sin voz” de la revista, que es a partir de las actividades que se generan en los talleres. Si se deja un poco de lado la poca luz que vio el contenido que produjeron los “valedores” en el taller, estas actividades están dirigidas a ellos, hasta ese punto participan dentro de la revista. Pero esa coyuntura en el camino que es la falta de presencia en el contenido final de la revista, que se vende de mano en mano sigue siendo poca, no bastan dos números especiales “hechos por “valedores”, cuando hay un espectro mayor de participación de colaboradores que incluso participaron en los números especiales. La gran voz y potencial que pudiera aparecer en la publicación aún no se ha hecho escuchar, participan otros ciudadanos, es cierto, colaboradores y artistas emergentes y no tan emergentes, pero no son ellos el corazón del proyecto, por lo menos no son “los sin voz” que deberían de estar generando y publicando todo el contenido necesario. Se entiende la parte de que la revista crea en la inclusión y está bien, es un buen paso, sin embargo, para dar los pasos completos, hace falta que esta “participación activa de los

⁷⁰ Recordando que esta información está al inicio de cada revista, por lo menos en los 21 números analizados.

valedores en la generación del contenido” realmente sea participación y doblen en número a los colaboradores.

Otro rasgo fundamental de la revista callejera “Mi Valedor”. Evidentemente, esta publicación, que muy probablemente ayuda de otras maneras a personas en situación en calle, estoy en el entendido de que no es la “voz directa” de los “valedores”. Por lo menos, no lo es en 21 números que incluyen dos ediciones especiales dedicados a los beneficiarios del proyecto. Justamente, por eso entiendo que no es la voz directa, pues para la primera edición hecha por “valedores” tuvieron que pasar doce números o dos años – ya que la publicación es bimestral – para que en cierto sentido, la revista abriera un primer espacio para ellos. Y posterior a la primera edición, tuvieron que pasar ocho publicaciones más, casi año y medio para la apertura de un segundo espacio – ambos, aún así con contenido que no fue realizado por “valedores”.

Entender el fenómeno de los medios alternativos me permite como investigador conocer cómo, a través de la comunicación, se están realizando propuestas ciudadanas para atender a diferentes sectores que son entendidos como minorías, en este caso, las poblaciones en situación de calle en la Ciudad de México. Esta invitación a escuchar a “los valedores” cómo viven y cómo se sienten con la publicación de la revista callejera logran ofrecer un entendimiento sobre parte de este amplio espectro de los medios alternativos, que buscan ofrecer narrativas diferentes, que muchas veces no aparecen situadas en las agendas de los medios masivos o que no tienen una gran relevancia como uno podría pensar.

No hay que dejar de pasar por alto algunos puntos endebles o vacíos de conocimiento que puede presentar esta investigación. Comenzaré mencionando que dentro de estos dos años de búsqueda de información, no encontré a todos los “valedores” que conforman este proyecto para conocer cómo se sienten y cómo perciben la publicación callejera. Como he dicho, los “valedores”, para empezar, no tienen un contrato con “Mi Valedor” en el sentido de que no tienen horarios específicos para vender la revista. Derivado de lo anterior, muchos de ellos pueden ir y regresar al proyecto cuando mejor les convenga – “los valedores” flotantes – los llaman. Sería interesante, entonces, conocer y aumentar la discusión sobre por qué han ido y regresado del proyecto si es una forma de participación ciudadana de unas minorías. Otra de las debilidades que pueden existir en el andar de esta investigación ronda sobre conocer las lógicas y las condiciones económicas de la revista. Es decir, ya vimos una parte que se sustenta de donaciones, pero los espacios publicitarios que ofrece cómo son pagados, si con meramente recursos económicos o bien, intercambio de servicios y ayuda al proyecto. Estos, de fondo, me parecen las debilidades más importantes que habría que cubrir en un futuro.

Al término de esta investigación, como se ha mencionado en capítulos anteriores, “Mi Valedor” está en una campaña para recolectar donaciones⁷¹, pues a pesar de sus cuatro años de existencia, el camino aparentemente se ha vuelto difícil. Dentro de esta campaña también hay una formación de un discurso⁷² de víctima en varios aspectos: uno fundamental es: “Llegué junto con “valquiria” [su mascota] hasta la esquina de “Mi Valedor hace casi cuatro meses, desde entonces se nos ha terminado el hambre”. Nuevamente, no se dice cómo sucedió esto de que se quitara el hambre, pero parece un discurso muy idealista.

Retomo el caso de este video por el siguiente argumento: en investigaciones posteriores, ya sean de este investigador o de otros, recomiendo ampliamente estudiar y conocer a fondo los modos de operación económicos que tiene la revista. Es decir, cómo se mantiene adelante y de pie una publicación de bajo tiraje y de muy buena calidad editorial para su impresión, mientras que pide fondos para subsistir. En el presente documento académico, existieron algunas complicaciones que no me permitieron conocer más a fondo esta información, entre ellas, el derecho a mantener como confidencial – por parte de los coordinadores del proyecto – dicha información, que es muy válido no querer compartirlo. Sin embargo, es importante conocerla ya que, al menos si no es la “voz directa” de las personas en situación de calle en la Ciudad de México, por lo menos, conocer de qué otras formas están ayudando a “los valedores” a salir adelante y a reinsertarlos nuevamente en la sociedad – o cómo es que, después de cuatro meses, han acabado con el hambre de un “valedor”.

Otro de los hallazgos que pongo en discusión es parte del trabajo de campo. En algún momento, visité el Museo Universitario de Arte Contemporáneo (MUAC) y el Museo Tamayo, ambos ubicados en la Ciudad de México y me encontré con la venta de la revista en dichos museos. La última vez que pregunté el precio – que fue en mayo del 2019 en el MUAC, costaba \$20 pesos mexicanos cada revista –. A pesar de que hay muy pocos números a la venta es una situación problemática. De este hallazgo menciono que, a futuro, será interesante conocer por qué se vende esta revista en dos museos y a quién se destina la ganancia de la publicación. ¿Por qué?, muy sencillo. La revista “Mi Valedor” supone una de sus líneas de reinsertión social a través de la venta de mano en mano, razón por la cual se determinan puntos de venta para que “los valedores” generen habilidades de trato con los transeúntes y se sientan reintegrados – actos de habla –. Si esta es la razón de ser, ¿por qué quitarle esa oportunidad a “los valedores” y distribuir la revista en puntos específicos?

⁷¹ Para conocer más sobre su campaña de fundación, visitar: <https://www.globalgiving.org/projects/mivaledor/>

⁷² Este discurso puede ser escuchado en el video titulado “Global Giving & Mi Valedor”, en el canal oficial de “Mi Valedor” desde: https://www.youtube.com/watch?time_continue=7&v=m6hpBCRLjxE

Una discusión más que pongo sobre la mesa tiene que ver con localizar los números completos de la revista. En un principio pregunté en algunas ocasiones en las oficinas si contaban y me podían prestar estos volúmenes para consulta y fines de investigación. En las oficinas se me dijo muchas veces que ya no había números pasados, lo cual genera incógnitas. Siendo una publicación, que al final es un documento que queda como archivo de que alguna vez existió un proyecto social, era de asombro escuchar que no había, ni siquiera un ejemplar de archivo para dicha consulta. Además, siempre que se genera un contenido editorial, existe un archivo digital que sirve para imprimir y ni así pude acceder a ellos. Posteriormente, casi un año después de que comencé esta investigación, en un evento coincidente, la página oficial de “Mi Valedor” puso a disposición de consulta los números pasados de la revista, lo que facilitó esta investigación. Una recomendación práctica, en caso de los informantes, es la apertura de la información, con el fin de que se hable sobre el proyecto desde distintos ámbitos y en un evento fortuito, que reciban apoyo que a veces se busca.

6.4. Implicaciones académicas y consideraciones a futuro

Como lo he mencionado anteriormente, en este proceso de investigación existieron muchas implicaciones académicas. Comenzando por el acceso a la información, en cuanto a los números pasados de las revistas fue, quizá el más considerable, ya que era relevante conocer los 21 números que habían sido editados y, sobre todo, mirar cómo había ido transformándose el proceso creativo y narrativo de la revista “Mi Valedor”. Tampoco se menciona que se encontraron y se tuvo acceso fuera de tiempo, al contrario, el acceso a estos números, después de que hubo una apertura del proyecto de “Mi Valedor” para ponerlos como consulta en su sitio oficial, se dio en tiempo y forma para poder analizarlos.

Otra de las implicaciones académicas fue sobre encontrar a los “valedores” para entrevistarlos en su punto de venta. En muchas ocasiones no fue posible encontrarlos a todos, ya que, a pesar de tener un punto, no cuentan con horarios fijos, lo cual, dificulta más la labor de entrevistarlos. A pesar de que algunos estuvieron presentes en la presentación de la revista en la Universidad Iberoamericana, yo tenía que, posteriormente, cumplir con mis horarios de clase y evidentemente, los “valedores” tenían que regresar a sus albergues o el lugar en donde habitan, los cuales quedan muy lejos de la Universidad.

A pesar de estas dos implicaciones; sin embargo, se encontró y se recopiló la información necesaria para hacer una investigación digna para describir y aproximarse, cuando menos desde el ámbito académico, a la revista “Mi Valedor”. Resulta muy interesante conocer qué es lo que se está haciendo con los medios de comunicación y cómo funcionan con un sector de la sociedad que se encuentra con una condición de situación de calle, misma que probablemente no le permita comunicarse y por eso, se siente excluido socialmente.

Las consideraciones a futuro, para otros investigadores que estén deseosos de expandir esta primera aproximación sobre las revistas callejeras en México, o bien, para cuando este investigador pueda, nuevamente abordar este problema práctico, pongo a su disposición algunas líneas que detecté y que serían interesantes abordarlas desde la academia. Como lo he dicho anteriormente, el modelo de negocio de la revista podría ser una línea interesante. A pesar de que no pude tener acceso a esta información es interesante conocer cómo obtiene recursos una revista callejera para apoyar a las personas en situación de calle. Ya se ha escuchado, de la voz de un “valedor” que la revista no solo los apoya con talleres, sino con intercambios de otras empresas que brindan atención médica o marcas que proveen de ropa a los “valedores”. – Toda esta información estará referida de los eventos grabados en audio, que quedan como testimonio en el apéndice de este trabajo académico –.

Otra de las líneas que resultan interesantes para ser abordados por medio de la investigación es sobre las historias de vida de “los valedores”. Es decir, una indagación a profundidad sobre qué condicionantes sociales, culturales y económicos en un primer momento los dejó en situación de calle y así hacer un rastreo sobre cómo son las formas de estas poblaciones vulnerables y excluidas, además de conocer bien por qué no hay tantos “valedores”. Se estima que han habido alrededor de 80 “valedores”⁷³ en la existencia del proyecto, muy pocos si se consideran los números de personas en situación de calle⁷⁴.

Nota: Esta tesis forma parte el proyecto de investigación de la Universidad Iberoamericana “Narrativas, periodismo y regímenes discursivos de la cultura”, cuyo investigador responsable es el Dr. Sergio Rodríguez Blanco

⁷³ Esta información se obtiene del PDF descargable, emitido por “Mi Valedor” para recaudar fondos desde: <https://www.globalgiving.org/pfil/39502/projdoc.pdf>

⁷⁴ De acuerdo con el censo elaborado en 2017 por el Instituto de Asistencia e Integración Social (IASIS), hay 6 mil 754 personas que viven en situación de calle en la Ciudad de México, de las que el 87.27% son hombres y 12.73% son mujeres. (p. 1) / Para más información, consultar: http://189.240.34.179/Transparencia_sedeso/wp-content/uploads/2017/Preeliminares.pdf

Contrastado con el informe de la Secretaría de Inclusión y Bienestar Social (SIBISO) de la Ciudad de México, el informe “Diagnóstico situacional de las poblaciones callejeras 2017-2018 menciona que hay un total de 6,754 personas integrantes de las poblaciones callejeras, lo que equivale al 0.075% de la totalidad de habitantes de la CDMX. (p. 3) / Para más información, consultar: <https://www.sibiso.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Diagnostico%20Situacional%20de%20las%20Poblaciones%20Callejeras.pdf>

BIBLIOGRAFÍA

Abril, Gonzalo (2007). Análisis crítico de textos visuales. Mirar lo que nos mira. Madrid: Síntesis. [Documento en PDF]

Abril, Gonzalo (2012). Tres dimensiones del texto y de la cultura visual. Revista [Documento en PDF]

Adler, Patricia y Peter Adler. Observational techniques, en Norman K. Denzin e Yvonna S. Lincoln (comps.) *Collecting and interpreting qualitative materials*

Alekseeva, L. S. (2005a). The Homeless as Objects of Social Discreditation. *Sociological Research*, 44(4), 6-21. doi:10.1080/10610154.2005.11068638

Alekseeva, L. S. (2005b). The Homeless as Objects of Social Discreditation. *Sociological Research*, 44(4), 6-21. doi:10.1080/10610154.2005.11068638

Alperstein, G., Rappaport, C., & Flanigan, J. M. (1988). Health Problems of Homeless Children in New York City. *American Journal of Public Health*, 78(9), 1232-1233. doi:10.2105/AJPH.78.9.1232

Alvarado, S V., Miele, M D., & Tonon, G. (2012). Investigación cualitativa: el análisis temático para el tratamiento de la información desde el enfoque de la fenomenología social. *Universitas Humanística*, 195-225. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=79125420009>

Anderson, I. (2003). Coming Up From the Streets: The Story of The Big Issue (Book). *European Journal of Housing Policy*, 3(1), 115.

Anderson y Tommy (2007) Teenagers as Victims in the press, *CHILDREN & SOCIETY VOLUME 21*, (2007) pp. 175–188. doi: 10.1111/j.1099-0860.2006.00040.x

Atkinson, Paul y Martyn Hammersley, *Ethnography and Participant Observation*, en Norman K. Denzin e Yvonna S. Lincoln (comps.), *Strategies of Qualitative inquiry*

Atton, C. (2002) *Alternative media*, Reino Unido, Sage Publications

Bailey, O. G., Cammaert, B., & Carpentier, N. (2007). *Understanding alternative media*: McGraw-Hill Education (UK).

Barman, J. (1988). "Knowledge is Essential for Universal Progress but Fatal to Class Privilege": Working People and The Schools in Vancouver During The 1920s. *Labour / Le Travail*, 22, 9-66. doi:10.2307/25143027

Barranquero Carretero, A., & Meda González, M. (2015). LOS MEDIOS COMUNITARIOS Y ALTERNATIVOS EN EL CICLO DE PROTESTAS CIUDADANAS DESDE EL 15M. *COMMUNITY AND ALTERNATIVE MEDIA IN THE CITIZEN'S PROTEST CYCLE SINCE THE 15M-MOVEMENT.*, 15(1), 139-170. doi:10.5565/rev/athenea.1385

Belcher, W. L. (2012). *Cómo escribir un artículo académico en 12 semanas. Guía para publicar con éxito*. México: Flacso México.

Birks, J. (2017). Tax avoidance as an anti-austerity issue: The progress of a protest issue through the public sphere. *European Journal of Communication*, 32(4), 296-311. doi:10.1177/0267323117710898

Blaxter, L., Hughes, C., & Tight, M. (2000). *Cómo se hace una investigación*. España: Editorial Gedisa.

Booth, W. C., Colomb G.G., & Williams, J.M. (2014). *Cómo convertirse en un hábil investigador*. España: Editorial Gedisa.

Bruhn Jensen, K. (2014). *La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*. México: Fondo de Cultura Económica.

Bunning, K., Gooch, L., & Johnson, M. (2017). Developing the personal narratives of children with complex communication needs associated with intellectual disabilities: What is the potential of Storysharing®? *Journal of Applied Research in Intellectual Disabilities*, 30(4), 743-756. doi:10.1111/jar.12268

Cahill, C. (2000). Street Literacy: Urban Teenagers' Strategies for Negotiating their Neighbourhood. *Journal of Youth Studies*, 3(3), 251-277. doi:10.1080/713684375

Coppel, Eugenia / Milenio (2015) *Los valedores: indigentes convertidos en empresarios* | Artículo periodístico consultado desde http://www.milenio.com/cultura/Mi_valedor-revista_callejera-the_big_issue_0_503349946.html

Coy, P. G. (2011). *Research in Social Movements, Conflicts and Change* (Vol. 1st ed). Bingley: Emerald Group Publishing Limited.

Coyer et. al. (2007) *The alternative media handbook*, New York, NY : Routledge,

Croll, A. (1999). Street disorders, surveillance and shame: Regulating behavior in the public spaces of the late. *Social History*, 24(3), 250. doi:10.1080/03071029908568068

Cross, C., Seager, J., Erasmus, J., Ward, C., & O'Donovan, M. (2010). Skeletons at the feast: A review of street homelessness in South Africa and other world regions. *Development Southern Africa*, 27(1), 5-20. doi:10.1080/03768350903519291

David Machin & Andrea Mayr (2012) *How to do critical discourse analysis*, Reino Unido, Sage Publications

Deveau, D. J. (2015). 'We Weren't Hip, Downtown People'. *Cultural Studies*, 29(3), 326-344. doi:10.1080/09502386.2014.937937

Devereux, E. (2007) *Media studies: key issues and debates*, Reino Unido, Sage Publications

Documental 'De Valedores', realizado por 'Producciones UACM, a cargo de Guillermo Stoner, Iván Mejía, Nora Sánchez, Fabián Pérez y Luis Méndez. Subido el 23 de diciembre del 2016 <https://www.youtube.com/watch?v=4Zkju8Xxb4s>

Dodge, C. (1999). Words on the Street: Homeless People's Newspapers. *American Libraries*, 30(7), 60.

Eddy, E., & Matthews, J. (2018). Social Alternatives: A unique, independent and collective endeavour. *Social Alternatives*, 37(2), 3-5.

Espino, J. (1996) "La vida en el limbo", historieta urbano-mexicana de los noventa, una alternativa de comunicación, tesis de licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de México. [Documento en PDF]

Evans, R. (2006). Negotiating social identities: The influence of gender, age and ethnicity on young people's 'street careers' in Tanzania. *Children's Geographies*, 4(1), 109-128. doi:10.1080/14733280600577533

Farrington, A., & Robinson, W. P. (1999). Homelessness and strategies of identity maintenance: a participant observation study. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 9(3), 175-194. doi:10.1002/(SICI)1099-1298(199905/06)9:3<175::AID-CASP497>3.0.CO;2-R

Flick, Uwe (2014) *La gestión de la calidad en Investigación Cualitativa*, España, Ediciones Morata.

Galindo, J. (2006) *SOCIOLOGÍA CRÍTICA Y COMUNICOLOGÍA. Configuración y trayectoria de una fuente científica histórica del pensamiento conceptual sobre la comunicación*, [Documento en PDF]

García, J. (2006) *Del periodismo cívico al participativo: nuevos medios, viejas inquietudes*, *Zer*, 21, p. 205-219 [Documento en PDF]

García e Iraís Salazar (2007) tesis de licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de México. [Documento en PDF]

Giacomo, J. P. (1980). Intergroup alliances and rejections within a protest movement (Analysis of the social representations). *European Journal of Social Psychology*, 10(4), 329-344. doi:10.1002/ejsp.2420100402

Giglioli, D. (2017) “Crítica de la víctima” [Traducción de Bernardo Moreno Carrillo], Edición digital por Harder, documento para iBooks.

Godfrey, J. S. (2015). *Rewriting Homeless Identity : Writing As Coping in an Urban Homeless Community*. [N.p.]: Lexington Books.

Guerra, B. (1997) *El maltrato a los niños trabajadores de la calle. El caso de la delegación Venustiano Carranza*, tesina de licenciatura. Universidad Autónoma Metropolitana. [Documento en PDF]

Guerra, P., & Quíntela, P. (2016). *CULTURAS DE RESISTÊNCIA E MÉDIA ALTERNATIVOS. Resistance culture and alternative media: the Portuguese punk fanzines*.(80), 69-94. doi:10.7458/SPP2016806009

Hackett, R. y Megan Adam (1999) *Is media democratization a social movement?*, Vol. 11 Issue 1, p125. 7p. DOI: 10.1080/10402659908426240.

Harlow y Dustin Harp (2013) Alternative media in a digital era: Comparing news and information use among activists in the United States and Latin America, Vol. 26 Issue 4, p25-51. 27p. 6 Charts.

Hemsley, B., Balandin, S., Palmer, S., & Dann, S. (2017). A call for innovative social media research in the field of augmentative and alternative communication. AAC: Augmentative & Alternative Communication, 33(1), 14-22. doi:10.1080/07434618.2016.1273386

Hernández, I. (2012) Comunicación alternativa como ejercicio de ciudadanía. El uso de medios de comunicación alternativa para el desarrollo de la participación desde la sociedad civil. Análisis de tres casos latinoamericanos, tesis de maestría. Universidad Veracruzana. [Documento en PDF]

Huey, L. (2012). Invisible Victims : Homelessness and the Growing Security Gap. Toronto [Ont.]: University of Toronto Press, Scholarly Publishing Division.

Hughes, L. K. (2003). Print in Transition 1850-1910: Studies in Media & Book History. Victorian Studies, 45(4), 762-764. doi:10.1353/vic.2004.0022

Husted, E., & Hansen, A. D. (2017). The Alternative to Occupy? Radical politics between protest and parliament. Triplec-Communication Capitalism & Critique, 15(2), 459-477.

Información del sitio oficial de la Secretaría de Cultura | <https://www.gob.mx/cultura/que-hacemos>

Información del sitio oficial de Street Soccer A.C. | <http://www.streetsoccermexico.org/quienes.php>

Información del sitio oficial Tele Urban | <https://www.teleurban.tv/nosotros>

Información oficial de Fundación Telmex Telcel | <http://www.fundaciontelmextelcel.org/quienes-somos>

Información de la revista Líderes Mexicanos | <https://lideresmexicanos.com/300/german-ahumada-russek-los-300/>

Información de oficial de la Editorial Antílope | <http://www.edicionesantilope.com/#escr-benos>

Información sobre el Modelo de negocio de *The Big Issue*: <https://www.bigissue.com/about/>

International Network of Street Papers. (2017). *Our Story* • INSP. [online] Disponible en: <https://insp.ngo/who-we-are/our-story/> [Visitado el 5 Diciembre. 2017].

- Kate Coyer et. al (2007) *The alternative media handbook*, Londres, Routledge
- Kaur, S., Tan, N., & Dutta, M. J. (2016). Media, Migration and Politics: The Coverage of the Little India Riot in The Straits Times in Singapore. *Journal of Creative Communications*, 11(1), 27-43. doi:10.1177/0973258616630214
- Keoghlan, J. (2006). The Other World Cup. *New Internationalist*(393), 23-23.
- Krippendorff, K. (1990) *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*, Barcelona, España, Editorial Paidós.
- Kubo, E., & Sabin, B. (2006). Sano-san -- a Man with a Vision. *J@pan Inc.*(66), 18-23.
- Le Roux, J., & Smith, C. S. (1998). Public perceptions of, and reactions to, street children. *Adolescence*, 33(132), 901.
- Leung, D. K. K. (2015). ALTERNATIVE INTERNET RADIO, PRESS FREEDOM AND CONTENTIOUS POLITICS IN HONG KONG, 2004-2014. *Javnost-The Public*, 22(2), 196-212. doi:10.1080/13183222.2015.1041229
- London, B., & Hearn, J. (1977). THE ETHNIC COMMUNITY THEORY OF BLACK SOCIAL AND POLITICAL PARTICIPATION: ADDITIONAL SUPPORT. *Social Science Quarterly* (University of Texas Press), 57(4), 883-891.
- Londoño Pineda, A. A., Vélez Rojas, O. A., & Cardona Cano, C. A. (2015). Participación social en medios de comunicación alternativos y redes sociales: Elementos para la acción gubernamental. *Social participation in alternative media and social networks: Elements for government action.*(129), 147-164.
- Lynch, J. C. (1955). Trouble Street. In (Vol. 227, pp. 34-132): Saturday Evening Post Society, Inc..
- Magallenes, Claudia y Pérez Bermúdez Juan Antonio (2009) *Citizens' Publications That Empower: Social Change for the Homeless* [Documento en PDF] Consultado desde: <http://www.jstor.org/stable/27752103>
- Magee, J. (2011). Disengagement, de-motivation, vulnerable groups and sporting inclusion: a case study of the Homeless World Cup. *Soccer & Society*, 12(2), 159-173. doi:10.1080/14660970.2011.548353
- Martínez, N. (1992) Un acercamiento a la problemática de los niños de la calle de la Ciudad de México, tesina de licenciatura. Universidad Autónoma Metropolitana. [Documento en PDF]
- Mathieu, P. (2010). A Review of "The Wanderers". *Peace Review*, 22(3), 315-319. doi:10.1080/10402659.2010.502078

McCarthy, J. (1980). Research in Social Movements, Conflicts and Change: Volume 1 (Book). *Social Forces*, 58(3), 965-966. doi:10.2307/2577197

McCullough, M. (2013). On the nature of attention, with ambient interfaces at street level. *Continuum-Journal of Media & Cultural Studies*, 27(4), 505-513. doi:10.1080/10304312.2013.803301

Montes, S. (2000) Grafiti: voz alternativa en las calles de la Ciudad de México, tesis de licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de México. [Documento en PDF]

Morrison, J. L., & Hodgkins, B. J. (1978). SOCIAL CHANGE AND CATHOLIC EDUCATION. *Education*, 98(3).

Moser, A. (2003). Acts of resistance: the performance of women's grassroots protest in Peru. *Social Movement Studies*, 2(2), 177-190. doi:10.1080/1474283032000139760

Mi Valedor. (2017). *Modelo*. [online] Disponible en: <https://mivaledor.com/modelo/> [Visitado el 5 Diciembre. 2017].

Mi Valedor. (2017). *Talleres*. [online] Disponible en: <https://mivaledor.com/talleres/> [Visitado el 5 Diciembre. 2017].

Mi Valedor. (2017). *Valedores*. [online] Disponible en: <https://mivaledor.com/valedores/> [Visitado el 5 Diciembre. 2017].

Mi Valedor (2017 y 2018) Revista impresa (México).

- Volumen 01 Amarrados [Documento en PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-1-amarrados/0440573001494906361>
- Volumen 02 Fisuras [Documento en PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-2-fisuras/0417538001494907411>
- Volumen 03 Made in chinga [Documento en PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-3-made-in-chinga/0377112001497766587>
- Volumen 04 Extinción [Documento en PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-4-extinci%C3%B3n/0053974001497766937>
- Volumen 05 Tropi-Rollo [Documento en PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-5-tropirollo/0607601001497767274>
- Volumen 06 De fe [Documento en PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-6-defe/0466077001497767554>
- Volumen 07 Sobre vivienda [Documento en PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-7-sobre-vivienda/0167083001494868005>
- Volumen 08 Apocalipsis [Documento en PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-8-apocalipsis/0281416001497767693>
- Volumen 09 Ciudad de Mágico [Documento en PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-9-ciudad-de-m%C3%A1gico/0670592001497768009>

- Volumen 10 Nocturnos [Documento en PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-10-nocturnos/0164540001497768382>
- Volumen 11 Quemando grasa [Documento físico y PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-11-quemando-grasa/0992562001497768558>
- Volumen 12 Grindolandia [Documento físico y PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-12-gringolandia/0770853001497768626>
- Volumen 13 Correteando la chuleta [Documento físico y PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-13-correteando-la-chuleta/0962796001502239370>
- Volumen 14 La banda sonora [Documento físico y PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-14-la-banda-sonora/0261920001513733239>
- Volumen 15 La edad de oro [Documento físico y PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-15-la-edad-de-oro/0359540001513735618>
- Volumen 16 Cañaveral de pasiones [Documento físico y PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-16-ca%C3%B1averal-de-pasiones/0188470001520546624>
- Volumen 17 Cosmópolis [Documento físico y PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-17-cosm%C3%B3polis/0509323001527227473>
- Volumen 18 Transdicionario [Documento físico y PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-18-transdicionario/0178689001529710096>
- Volumen 19 Jungla de concreto [Documento físico y PDF] Consultado desde: <https://view.joomag.com/mi-valedor-vol-19-jungla-de-concreto/0678729001535760487>
- Volumen 20 La gran Tenochtitlán [Documento físico]
- Volumen 21 ¡Hola, vecinos! [Documento físico]

Modelo de negocio de Mi Valedor, consultado desde: <https://mivaledor.com/modelo/>

Naidoo, V. (2010). Government responses to street homelessness in South Africa. *Development Southern Africa*, 27(1), 129-141. doi:10.1080/03768350903519408

Neal, A. (2016). Homosexuality in the Heartland: Alternative Print Media from 1970s Kansas City. *Lucerna*, 10, 63-81.

Negrete, J. (2004) La prensa escrita en Xochimilco como medio de comunicación alternativa, retos y posibilidades, 1994-1995, tesis de licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de México. [Documento en PDF]

North American Street Newspaper Association. (2017). *What is NASNA?*. [online] Disponible en: <https://northamericanstreetnewspaperassociation.wordpress.com/2010/02/26/what-is-nasna/#more-63> [Visitado el 5 Diciembre. 2017].

Ofsevit, S. (1980). *Poor People's Movements : Why They Succeed. How They Fail* (Book). *Social Work*, 25(1), 76-77.

Orozco, G., & y González, R. (2012). Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias. México: Tintable.

Panter-brick, C. (2004). Homelessness, Poverty, and Risks to Health: Beyond at Risk Categorizations of Street Children[1]. *Children's Geographies*, 2(1), 83-94. doi:10.1080/1473328032000168787

Paz García, A. P., Imhoff, D., Vieyra, C., & López, N. (2018). Tratamiento de los temas soberanía y seguridad alimentarias en medios de comunicación hegemónicos y alternativos (Córdoba, Argentina, 2012-2015). Treatment of food sovereignty and food security topics in hegemonic and alternative media (Cordoba, Argentina, 2012-2015). 28(51), 1-35. doi:10.24836/es.v28i51.515

Pérez Tamayo, Ruy, ¿Existe el método científico? Historia y realidad, México: El Colegio Nacional / Fondo de Cultura Económica, 1990.

Piñuel Raigada, José Luis (2002) Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. Madrid, España : Universidad Complutense de Madrid [Documento en PDF]

PROTESTANTS, PAGANS, AND SEQUENCES AMONG THE NORTH AMERICAN INDIANS, 1760-1860. (1963). *Ethnohistory*, 10(3), 201. doi:10.2307/480693

Ramírez de la Piscina (2007) Social movements in the public sphere New forms of communication arise and transgress old communication codes, Vol. 12 Issue 23, Special section p63-87. 25p.

Ramos, P. y Juan Pablo Hamada (2010) Reflexiones sobre las dimensiones políticas y discursivas en el análisis de experiencias de comunicación alternativa, Vol. 30 Issue 58, p180-188. 9p

Rauch, J. (2016). Are There Still Alternatives? Relationships Between Alternative Media and Mainstream Media in a Converged Environment. *Sociology Compass*, 10(9), 756-767. doi:10.1111/soc4.12403

Regalado, M. (1993) Comunicación alternativa y derechos humanos, tesis de licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de México. [Documento en PDF]

Resende, V. D., & Acosta, M. D. T. (2018). Appropriation of critical discourse analysis in a discussion about media. *Revista De Estudos Da Linguagem*, 26(1), 421-454. doi:10.17851/2237-2083.26.1.421-454

Richardson, J. (2007) *Analysing newspapers: an approach from critical discourse analysis*, China, Palgrave Macmillan

Sandoval, M., & Fuchs, C. (2010). Towards a critical theory of alternative media. *Telematics and Informatics*, 27(2), 141-150. doi:https://doi.org/10.1016/j.tele.2009.06.011

Schipper, S. (2017). Social movements in an era of post-democracy: how the Israeli J14 tent protests of 2011 challenged neoliberal hegemony through the production of place. *Los*

movimientos sociales en la era de la post-democracia: cómo las protestas en tiendas de campaña J14 israelíes de 2011 desafiaron la hegemonía neoliberal a través de la producción de lugar., 18(6), 808-830. doi:10.1080/14649365.2016.1228115

Shiffman, D. (2007). Richard Wright's "12 Million Black Voices" and World War II-era Civic Nationalism. In (Vol. 41, pp. 443-458): African American Review.

Shrime, M. G., Sekidde, S., Linden, A., Cohen, J. L., Weinstein, M. C., & Salomon, J. A. (2016). Sustainable Development in Surgery: The Health, Poverty, and Equity Impacts of Charitable Surgery in Uganda. PLoS ONE, 11(12), 1-14. doi:10.1371/journal.pone.0168867

Sterling, D. (2012). Social Enterprise. Ethos, 20(2), 18-21.

Swithinbank, T. (1997). The street press: homeless, self-help, and social identity. Gender & Development, 5(3), 45-51. doi:10.1080/741922525

Tiro, D. (1990) "Las revistas literarias en el siglo XIX (De su origen en 1826 a 1887), Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México [Documento en PDF]

The Big Issue. (2017). *About | The Big Issue*. [online] disponible en: <https://www.bigissue.com/about/> [Visitado el 5 Diciembre. 2017].

They think it's all over. (2006). Adults Learning, 18(2), 24-27.

Third, H. (2000). Researching Homelessness and Rough Sleeping in the Scottish Context. Social Policy & Administration, 34(4), 464.

Torres Restrepo, C. (1969). Social Change and Rural Violence in Colombia. Studies in Comparative International Development, 4(12), 263.

Trapenberg, K. (2016) Citizen activism, conservative views & mega planning in a digital era, Vol. 17 Issue 1, p93-118. 26p. DOI: 10.1080/14649357.2015.1125520.

Trejo, S. (2012) Diseño de un programa de alfabetización para jóvenes en situación de calle que se encuentran dentro de la institución casa alianza, tesis de licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de México. [Documento en PDF]

Uribe, M. (1994) Periodismo civil como comunicación alternativa, tesis de licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de México. [Documento en PDF]

Velikonja, J. (1958). POSTWAR POPULATION MOVEMENTS IN EUROPE. Annals of the Association of American Geographers, 48(4), 458-472. doi:10.1111/j.1467-8306.1958.tb01591.x

Vinde, V. (1942). THE SPIRIT OF RESISTANCE. Foreign Affairs, 21(1), 59-70. doi:10.2307/20029205

Wiedmer, C. (2010) The Politics of Reading Street Newspapers, PMLA, Vol. 125, No. 2 (March 2010), pp. 437-442 Recuperado desde: <http://www.jstor.org/stable/25704444>

Williams Jr, R. M. (1969). Sociology and Social Change in the United States. Studies in Comparative International Development, 4(7), 151.

Yang, L. F., & Ishak, M. S. A. (2012). Framing Interethnic Conflict in Malaysia: A Comparative Analysis of Newspaper Coverage on the Hindu Rights Action Force (Hindraf). International Journal of Communication, 6, 166-189.

Yatmo, Y. A. (2008). Street Vendors as 'Out of Place' Urban Elements. Journal of Urban Design, 13(3), 387-402. doi:10.1080/13574800802320889

YouTube. (2016). Mi Valedor. "De Valedores" [online] Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=m6hpBCRLjxE> [Accessed 1 Jul. 2019].

YouTube. (2019). Mi Valedor. "Global Giving & Mi Valedor" [online] Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=4Zkju8Xxb4s&t=138s> [Accessed 1 Jul. 2019].

Zeitchik, S. (2004). Penguin's New Hudson Street Press. Publishers Weekly, 251(4), 101-101.

ANEXOS

Para este apartado, presento las transcripciones de las entrevistas realizadas a los “valedores”, así como los eventos a los que asistí para la recopilación de la información. Se tratará de un orden lineal sobre las entrevistas con los “valedores”, en un primer momento, posteriormente, estarán las transcripciones de los eventos. Las referencias para la transcripción serán: Entrevistador: (E); Entrevistado: (V) agregando el número del “valedor” referido.

TRANSCRIPCIÓN DE TALLERES Y EVENTOS

Taller de escritura “La edad de oro” / Realizado el 16 de noviembre del 2017, 11:00h, Ciudad de México

(Min 00 – 20)

(Tallerista) Vamos a hacer una lluvia de ideas sobre los “años cuarenta”, ¿qué les dicen, a ustedes, los “años cuarenta”?

(Valedor A) “Recuerdos de Ypacaraí”.

(Tallerista) ¿De Ypacaraí? Y eso, ¿qué es?

(Valedor A) Así se llama una canción. La verdad no me acuerdo de quién es, pero no es mexicano el que la canta.

(Tallerista) ¿Y por qué te recuerda “los cuarenta”?

(Valedor A) Esa canción es de aquellos tiempos. Pero se me ocurrió decir “Recuerdos de Ypacaraí”, porque así dice la canción. Me recuerda muchas cosas, las canciones, la gente, que todavía muchos viven todavía.

(Tallerista) A ver, ¿personajes de esa época?

(Valedor B) “Toña la negra”. Esa la escuchaba mi jefa (sic), mi abuelita. “El Flaco de Oro”.

(Valedor C) “Bienvenido Granda”, ¿no? Era de los “cuarenta”, ¿o no? Agustín Lara, Johnny Laboriel.

(Valedor D) Lalo González.

(Valedor E) Celio González.

(Valedor F) “Ritchie Valens” es de los cuarenta, ¿no?

(Tallerista) Sí, según yo sí. Son de los cincuentas, creo. Se pueden imaginar, más o menos, ¿cómo eran las calles?

(Valedor B) No había ni calles, “valedora” (sic), ni carreteras.

(Tallerista) Claro que había calles.

(Valedor B) En mi pueblo, mi abuelita se tenía que venir a la Marquesa caminando y de la Marquesa ahí esperaba... te estoy hablando de 1950, ya esperaba el carro que venía de Toluca, de la Marquesa, pero para

llegar a la Marquesa se aventaba dos horas caminando y pasaba ahí el camión. Lo esperaba y la abuela cargaba todo acá (sic) para venirse a vender frijoles aquí en las obras, con tortillas echas a mano. Tenía que caminar dos o tres horas para llegar a México. Estarse una semana en México y ya después regresarse al pueblo otra vez. Ella decía que no había transporte, tenía que caminar. Y dice que ella pasó a vivir todavía la Revolución de 1910 en el pueblo, donde llegaron los Zapatistas a hacer desastres, cuando fue la Batalla de las Cruces, en 1917 y dominaron toda la región.

(Tallerista) Entonces, es importante pensar que en la Revolución se acaba de terminar.

(Valedor B) De hecho, todavía en 1940 acababan de terminar las “Guerras Mundiales”, ¿no? Era un reacomodo global.

(Tallerista) Les voy a enseñar unas fotos para que imaginemos cómo eran los “años cuarenta”. No fue hace tanto tiempo y ya nos cuesta trabajo poder crear una imaginación de cómo era ese espacio.

(Valedor C) Yo recuerdo, por los cincuenta, mi padre trabajó de Seguridad y la gente que tenía secundaria (sic) andaban con carros y ganaba bien. La gente que tenía secundaria era como si tuviera universidad, andaban bien arreglados, con corbata, mi mamá se peinaba con trenzas, tipo “Charlestone”. Mi papá trabaja de policía en ese tiempo, era custodio de quién sabe quién (sic) y ganaba bien, nada más que andaba la gente muy trajeada (sic), la gente muy elegante y fina. Siempre rasurados. “Palacio de Hierro” ya es viejísimo.

(Tallerista) Platiquenme cómo creen que era esa época.

(Valedores) Platican cómo cada uno imagina esa época en lo que la tallerista va por las fotografías de los “años cuarenta”.

(Tallerista) Así eran las calles. La música era muy importante, para salir a bailar y el cortejo elegante.

(Valedor B) Ya, en ese tiempo había mucho indigente, ¿no?

(Tallerista) Vean el Zócalo, ¿cómo era? Había un parquecito en medio, pero ahora lo arruinaron.

(Valedores) Platican sus impresiones de las fotos. Un “valedor” platica historia sobre Porfirio Díaz.

(Tallerista) Miren esta foto de unas señoras vendiendo en la calle, como tú comentabas de tu abuelita.

(Valedor B) Pero esas no eran indigentes, más bien era gente que veía de provincia. Así era mi abuelita, se traía la acá (sic) y así conoció a mi abuelo. Mi abuelo era michoacano, descendiente de españoles y ya de ahí hubo la cruce de indígena y descendiente de español y ya, soy yo el que resultó (sic).

(Tallerista) El chiste es que ustedes imaginen cómo hubiera sido ser ustedes, hoy, en los cuarenta. Les voy a dar una hoja a cada uno. – Una valedora llega tarde – Lo siento, “valedora”, pero, ¿qué hora es? 11:35. Ya no te puedes integrar al taller, solo de oyente.

(Valedores) Conversan mientras esperan a que se reanude el taller.

(Tallerista) La idea es que escriban un párrafo, nada más. O sea, que sean muy cuidadosos. Bueno, no. Primero vamos a hacer el ejercicio de escribir lo que les venga a la mente y luego ya de ahí, editamos. Van a escoger un momento del día, van a meter en ese momento y van a escribir una pequeña anécdota de cómo se imaginan, en un día cotidiano, de ustedes, que se despiertan y están atrapados en la época de los cuarenta. ¿Cómo se imaginan su vida, con la misma situación que tienen hoy, en esa época? Vamos a cerrar los ojos, para poder entrar en ese espacio recreativo. Voy a ponerles un poquito de música ambiente y les paso pluma. Cierren los ojos, inhalen profundo, exhalen. Imaginen que no existe el 2017 y que estamos en esta época, de la cual llevamos hablando un rato, cómo son, cómo están vestidos, cómo es su corte de pelo, por dónde andan caminando. (Suena música alusiva a los años cuarenta). Con quién están platicando o si están solos, acompañados. Escojan un momento preciso del día y narren cómo despiertan, o dónde están desayunando, o en qué trabajan, o dónde duermen o si están enamorados. Vamos a hacer un ejercicio, en cuanto empiecen a escribir, traten de no despegar la pluma por 15 minutos. Eso ayuda a que el flujo creativo se desate (sic) y puedan escribir algo. A veces es difícil soltar ideas.

(Min 21 – 51)

La música transcurre y los “valedores” comienzan a escribir. Hay sonidos ambientales que se perciben, como el ruido de carros y una manifestación que está por comenzar.

(Min 52 – 96)

(Tallerista) Listo. Ahora sí se soltaron, que hasta los tengo que frenar. ¿Cómo se sintieron? ¿Lograron transportarse hasta esa época?

(Valedor C) Yo sí, como que me inspiré para hacer unas ilustraciones.

(Tallerista) ¡Qué bueno! Ayuda mucho escribir y te saca esa parte creativa. A ver, ¿quién quiere comenzar a leer su texto?

(Valedor G) El mío es sencillo, si quiere, yo empiezo: “Soy un “valedor”. Es para mí un día raro, el día de los años pasados, puesto que hoy en día estoy muy acostumbrado a la vida que vivo en este momento. Es muy fantástico despertar por la mañana, rodeado de tantas cosas tan extrañas que hoy en día ni siquiera

existen. Por ejemplo, al momento de ir al baño, veo que los techos son muy grandes de la casa. Me doy cuenta de que el baño es una bañera (sic). Es muy grande con una gran tina. Todo lo que se encuentra ahí es de un estilo muy viejo y huele diferente, totalmente, a las cosas que hay el día de hoy. Me despierto y veo que no es muy fácil transportarse de un lado a otro, puesto que no existe el transporte público. Hay demasiada pobreza. Paso por Coyoacán y miro que todavía existen los ríos, como por ejemplo, el Río Churubusco. Es algo raro ver que todo era campo y que apenas una que otra casa se empieza a notar. Los niños que se encuentran en la calle juegan con juguetes más didácticos, como es el trompo, el valero o el yoyo. La gente es más humilde, pero a pesar de eso, se me hace más estricto el estilo de vida de las personas que habitan la Ciudad. En mi caso personal, me hubiera gustado mucho haber estado en esa época. He visto muchos documentales y es totalmente otro estilo de vida. También me doy cuenta de que casi no hay mucha delincuencia como hoy en día, no existe la delincuencia como hoy (sic), no existen los centros penitenciarios. Todavía hay muchos campesinos que viven de sus cosechas y no existe tanta drogadicción. No existe el grafiti, ni tampoco las revistas callejeras. El trabajo es muy escaso y no es tan fácil ser un indigente. No hay tanto apoyo en esta época para una persona en la situación en la que me encuentro yo. Es difícil.”

(Tallerista) Muy bien. Pudiste como imaginarte cómo sería tu día a día. En los próximos textos, hay que nada más trabajar el “cómo era diferente”. Me dices, “era diferente”, pero no dices cómo era diferente. Hay que explicar cómo es que es diferente. En vez, de decir “estaba triste”, por ejemplo, hay que explicar la tristeza. Así el que está leyendo puede... porque para él “diferente” no sabe a qué te refieres. Pero lo veo muy bien, ¿ustedes que opinan? Está muy bien. ¿Quién sigue?

(Valedor) “En los años cuarentas, en la Ciudad de México, existían los tranvías y se imaginan unas cosas más antiguas que ahora. Y los coches cambiaron de modelo hasta llegar a los modelos más actuales. Como Ford, la compañía que fue sacando más modelos y más actuales. También pienso en lo que representaba el amor. Que antes era mucho más profundo y que ahora es más diferente. Y que los edificios que construyeron como monumentos a la Revolución (sic) fueron los más novedosos en esos tiempos a la actualidad.”

(Tallerista) ¿Y ya?

(Valedor) No, sigue, pero ya no quiero, porque no me animo, no sé si voy bien.

(Tallerista) Sí vas bien. No hay mal ni bien aquí.

(Valedor D) Sigo. “Ya no se construyeron más edificios como aquellos, puesto que los arquitectos que los diseñaron fueron especiales en su tiempo. De las calles no puedo imaginarme tal y cómo pudieran haber sido, porque en algunas fotografías y videos que existen se pueden ver que eran muy viejos y dañados. Al

igual que las calles que salen en ella y de las personas (sic) no se puede decir mucho porque se han mostrado fotos de la misma época que muestran a gente que era rica y en otros se muestra lo contrario. De los artistas que son de esas épocas, podemos mencionar “El Santo, el enmascarado de plata”, “Tin-Tan”, “Viruta y Capulina” entre muchos otros. De los músicos de la calle, que podrían ser los cancioneros, raperos y algunos otros géneros; y en lugares que también cambiaron mucho donde antes había muchos animales como caballos, gallinas y animales de granja, ahora solamente quedan muy pocos lugares, porque ya esos animales casi se acabaron. Se desaparecieron.” Y ya, nada más y mi dibujo.

(Tallerista) Muy bien. El dibujo, ¿qué quiere decir?

(Valedor D) Dibujé como si fuera un gallo en la mañana y un señor que va saliendo de una casa corriendo con un machete que ya, se lo quiere echar para el caldo (sic), o sea que lo quiere matar para comérselo. Y aquí dibujé la palabra “México” y como si fuera un pentagrama con la palabra “Sol” y “Luna” adentro, que representa lo que es México. Le puse la palabra “México” porque esto representa como si fueran las piedras que existen en el Museo de Antropología, que quieren decir mucho con lo que quiere ver el universo. El sol y la luna que son los que nos rigen en este planeta. Y nada más como forma simbólica de lo que fueron nuestros antepasados.

(Tallerista) Muy bien. Gracias por compartir. ¿Quién más quiere?

(Valedor A) Yo: “Edad de oro, años cuarenta. Era yo un niño cuando por primera vez, mi papá me trajo a la Ciudad de México. Todo en la actualidad es diferente. Me acuerdo que la gente que viajaba en tren entonces, se llamaba “El Meridiano”, que viajaba de Mérida a la Ciudad de México. Este tren lo tomábamos en un lugar que se llama Juanita, Veracruz a México. Y pasaba por muchos lugares, como son (enlista lugares pertenecientes al estado de Veracruz, audio inentendible). Para luego llegar a Tehuacán y Puebla y luego llegar (sic) a la Ciudad de México. Se me olvida el tiempo de este trayecto, pero era aproximadamente cómo 18 horas, ya que el paso del tren era bastante lento. Porque en cada estación se paraba bastante tiempo. El viaje era largo. Al fin llegábamos a la Ciudad de México. La Ciudad de México era diferente, por ejemplo, el Zócalo no era como ahora lo vemos, al igual que La Alameda, que ya está remodelada. Antes había jardines, muchos árboles, no había muchos carros. Había diligencias que lo jalaban los caballos (sic). Y así muchas cosas han cambiado. Sobre todo, los trenes de pasaje ya no existe, de los que les hablaba.

(Tallerista) Muy interesante, ¿qué te inspiró a escribir eso?

(Valedor A) Recordando cuando yo era niño. De cuando el tren se inició no sé en qué año, pero sí me acuerdo de eso, de la primera vez que vine a la Ciudad de México. Era diferente, no es como ahorita,

sobre todo los pueblos que enumeré, ahora yo son ciudades, antes eran pueblos. Ahora ya es diferente todo.

(Tallerista) Muy bien, ¿quién quiere continuar?

(Valedor B) “A finales de enero de 1942 un lindo amanecer a las orillas de la Ciudad de México, rumbo a Toluca. Siento la brisa del deshielo del Nevado de Toluca, del Popo y del Iztaccíhuatl . Mi abuelita carrereándome para ganarle al sol mañanero para ir por leña a los alrededores del bosque, para el consumo del día (audio inentendible) antes de que lo toque el sol, porque dice la abuela que lo quema. Mientras la hija mayor de mi abue (sic) va por el pulque de mi abuelo, también lo quiere fresco, porque sino, lo regresa. Todo movimiento se nota, ya en el pequeño pueblo, a las orillas de la Ciudad. La gente atareada con el inicio del día, se oye el cantar de los pájaros que vuelan en manadas (sic) y el rebuznar de los burros (sic) haciéndose notar. Los hombres ya con el itacate en el morral va presurosos a las labores del campo. Otros más se adentran en la Ciudad, para volver el fin de semana con el fruto de su trabajo. El abuelo es yesero, oficio con pocos exponentes. Las hijas de mi abuelo se reparten las labores de la casa. Una va a lavar al río, otra recoge los huevos de gallina y alimentar a los animales de la casa de adobe. Los niños apoyamos en cosas sencillas de casa por la mañana. A medio día clases de la escuela hasta tercer grado, y por la tarde volver a ayudar con labores de la casa. A la abuela no le gustaba que fuéramos a jugar o no hiciéramos nada.”

(Tallerista) Muy bien, ¿así te imaginas que hubiera sido tu infancia en los años cuarenta?

(Valedor B) De hecho a mí me tocó así que era con mi abuela, pero ya era como 1980, todavía vivía la abuela. No le gustaba, me mandaban a acarrear así leña y de paso cortar té del monte, de árnica, que se da por los alrededores. Yo traía ya mi montoncito (sic) de leña aquí y otro de mis primos iba a traer leña, y otro de mis hermanos iba a atraer leña, entonces ya se hacía un montonzote (sic) y esa leña la ocupaban pa' (sic) guisar en la mañana, en la tarde y en la noche.

(Tallerista) Pero, entonces, ¿cuál es la diferencia entre los ochentas y los cuarentas? Porque el ejercicio, o sea, si es igual a los ochentas...

(Valedor B) No, pero yo te estoy hablando, no de la Ciudad, sino de las orillas.

(Tallerista) Pero si dices que a ti te tocó vivir lo mismo, ¿crees que en las orillas no cambió mucho la vida?

(Valedor B) No, de hecho todavía se siguen haciendo las labores. Aquí en la Ciudad, si tú te vas a Tláhuac, la vida es campesina, o te vas a la Marquesa, la vida sigue siendo igual. Todavía hay gente que agarra su... es común que te digan “ya está el itacate” para que te vayas a la milpa. Todavía te lo preparan

y te lo llevas y te lo comes ahí en la milpa. Todavía hay gente que cocina con leña, todavía hay gente que tiene sus hábitos como si no hubiese pasado el tiempo.

(Tallerista) Muy bien. Entonces, le podrías poner un título, así como “En la Marquesa el tiempo no pasa” o algo así que explique que sigue siendo igual.

(Valedor D) Yo pienso que ha cambiado, porque las drogas ahorita que se han disparado, el narcotráfico, ha afectado tanto a los capitalinos, como a los de comunidades que no están aquí, muy cercas (sic) de la zona donde se encuentran los Poderes Legislativo, Ejecutivo y Judicial. Y como eso se ha estado incrementando día con día, más y más, pues no vas a seguir afectando hasta que ya no podamos más.

(Tallerista) Sí. Es un factor de cambio importante para todas las comunidades, pero muy bien. Me lo pude imaginar muy bien. Yo creo que es muy interesante ver en esas épocas, el cambio no era tan notorio, ¿no? De los ochentas a los cuarenta.

(Valedor B) Más bien la gente se resiste. No es de que no haiga (sic) llegado la civilización. Yo estoy entre las dos ciudades, entre la Ciudad de Toluca que es también Cosmopolitan y también en la Ciudad de México. Estamos a la mitad, pero la gente que tiene la modernidad al lado, se aferra a sus costumbres aunque ya haiga (sic) en la Ciudad, la gente trata de mantenerse, de que el tiempo no pase en el pueblo. Por ejemplo, ahorita ya hay nuevas técnicas de construcción y la gente sigue utilizando el adobe, ¿por qué? Porque se ve bonito, porque es caliente, porque sale más barato, por lo que tú quieras. Pero ya hay blocs (sic) que te salen por millares y que son más baratos, y que son más fáciles de instalar. Entonces, la gente en el pueblo se aferra. Por ejemplo, aquí ya hay leches de muchas marcas, allá en el pueblo todavía van y le dan (sic) a la vaca y les gusta tomarse esa lechita recién salida, todavía tibiesita (sic). O sea, son costumbres que todavía se mantienen aunque tengan toda la lana del mundo para que vayan a comprar al súper o porque está ahí el súper al lado, y ellos se mantienen y se aferran a sus costumbres. Y así es, hasta que se muere la abuela o el abuelo, que son los que mantienen la costumbre. Ya después de que se muera la abuela o el abuelo, ya los hijos grandes ya empiezan a hacer y deshacer. Pero mientras esté el abuelo o la abuela, se mantiene todo en orden. La escoba siempre en ese mismo lugar, la leña siempre ahí y tú tratas de innovar y no “así que se quede, mientras esté yo así va a estar” y se respetaba. ¿Por qué? Si tú desobedecías a la abuela no había herencia, habían normas que se seguían. A mí todavía me tocó, a pesar de que la abuelita ya estaba grande y todo, todavía me mandaba y yo la tenía que obedecer por el respeto que le tenía. Y todos, no nada más yo. Yo era de los más morritos (sic), pero ya había más grandes, primos más grandes que ya tenían su tarea de ir al campo, lo que les tocara. A mí todavía me tocó ese régimen, se puede decir.

(Tallerista) “Valedor C”, vas.

(Valedor) Escribí dos hojas, a ver si les gusta. Dice: “Nombre: ‘años cuarenta. La edad de oro’. Hola, soy el ‘valedor C’, estoy en los años cuarenta en la Ciudad de México. Estoy en casa de mis padres, ellos parecían artistas con ropa muy elegante: sombrero, traje, camisa blanca, corbata, zapato de charol bien lustrado. Jueves, ocho de la mañana, empezando el día. Yo tenía cinco años, el cabello corto, camisa de vestir, sin manga, una corbata, short corto, calcetín y zapato. Mi mochila, cuadernos y lápiz, la música muy bonita de Agustín Lara. La escuela era muy bonita, los maestros muy elegantes, pero también muy estrictos. Te dejaban tarea y era todo el día. Mi salida de la escuela era a las cinco de la tarde, mi padre trabajaba de sastre y mi mamá en casa. Mi papá tenía un Volkswagen (sic) en color perla, bien cuidado y pasa por mí a la escuela. Llegando comíamos y después hacía mi tarea, veía la televisión blanco y negro y ordenaba mis cuadernos para la clase del siguiente día. Y boleaba mis zapatos y los zapatos de mi papá y mi mamá. Mi mamá planchaba con la plancha de carbón y se tallaban los pisos como la Cenicienta, de rodillas. Los fines de semana íbamos a Chapultepec por las avenidas de Reforma y viajábamos en tren y todo mundo era respetuoso y había una armonía hermosa en la familia, ya que los valores eran muy importantes como saludar: “buenos días, gracias, por favor, ¿me permite ir a su baño?”. El fonógrafo, la música ligada a tus recuerdos. María Félix, Agustín Lara, “El Flaco de Oro”... ¡Oh, qué tiempos aquellos tan bellos! Después crecí, tuve mi familia, mi esposa y trabajé de empresario en el Palacio de Hierro, vendía ropa y me iba muy bien. Llegué a ganar muy bien, que me compré un Cadillac, cuatro puertas; una casa. Tuve dos hijos: María y Pedro. Después me hice más viejo y aprendí los consejos de mi padre. Llegué a llevar a mis hijos a la escuela y a estudiar las tablas de multiplicar, las canciones de ‘Cri-Cri, el grillito cantor’ de Francisco Gabilondo Soler. Me enseñé a ser un hombre responsable y mi esposa, los fines de semana íbamos al Salón “Los Ángeles” a bailar danzón y disfrutar la vida. Eran otros tiempos muy prósperos y muy bendecidos. Pero todo eso se ha acabado hasta hoy, solo son bellos recuerdos que no se olvidan y que quedan grabados en fotografías. Mi padre y mamá siempre tomaban fotos de todos lados a donde íbamos: al campo, a la naturaleza; eran muy famosos los picnic al aire libre y pasar momentos inolvidables. También llegué a ir a Acapulco, ¡Oh, qué bellas playas! Y el hotel “El Mirador”, donde se lanzan los clavadistas desde ‘La Quebrada’. Y ver el amanecer de un nuevo día al pie de la cuesta y de aquellas canciones como ‘Acuérdate de Acapulco’ y ‘Veracruz con playas hermosas’. Y gente muy trabajadora, sencilla, ya que nuestro México lindo y querido, ‘si muero lejos de ti, que digan que estoy dormido y que me traigan aquí’. Qué hermosas canciones de ‘Toña la Negra’, la edad de oro, es una de las mejores edades que se han recordado por todos los siglos. La gente era muy unida y trabajadora, gracias a todos los bellos recuerdos. Razón de los que sufren y los que lloran y los que esperan en aquellos años de la “Edad de Oro”.

(Tallerista) ¡Me encantó, Alfredo! Realmente me transportó. Entendiste muy bien el ejercicio, que era imaginar que eras una persona, que eras tú, viviendo en esa época. Pues muy bien todos sus textos.

Díganme cada quién, ¿qué les pareció? ¿Cómo se sintió? ¿Qué les pareció escribir con música? ¿Qué les produce la escritura?

(Valedor D) A mí me produjo un poquito de miedo al principio, porque como entrar así a un recuerdo de lo que fue la vida de uno, pues como que de repente puede llegar a ser sorprendente poder volver a recordar esos tiempos, retroceder en el tiempo. Pero ya después anoté algunos recuerdos y ya después me fui acordando más, fui escribiendo y perdí el miedo.

(Tallerista) Notan cómo cuando sueltan la mente y comienzan a escribir, cuando pasa el tiempo, sueltas la mente y comienzas a escribir más desde adentro, es más fácil evocar recuerdos, sensaciones y emociones y es algo que hemos trabajado.

Tú, ¿cómo te sentiste ‘valedor A’?

(Valedor A) Bien, luego se transporta uno a los recuerdos y el pasado, de cuando iba escribiendo. Yo iba pasando todos esos lugares, donde yo tomaba el tren. Me transporta a esos lugares, por eso los fui enumerando.

(Tallerista) Dicen que escribir es la mejor forma de recordar. Escribir te puede transportar a un lugar.

(Valedor A) Sí, como te dije “recordar es volver a vivir”.

(Tallerista) ¿Alguien más que quiera comentar algo?

(Valedor B) Ya hasta me dan ganas de irme a mi pueblo.

(Valedor C) A mí me gustó mucho por la música, porque me tranquilizó y me transportó a esos tiempos y también le escribí la frase que dijo “Valedor A”: “Recuerden que por ahí dicen: recordar es volver a vivir”. Y eso me acuerdo de mi mamá que en paz descansa, me dijo... mi papá era muy dado a tomar fotografías. Mi padre tenía muchas proyecciones, las veíamos en una tela cuando íbamos a los picnic, tenía bastantes cajas amarillas con fotos. Tenía transparencias de mis abuelos y siempre nos ponía en un sábana y en un cuarto oscuro a las imágenes. Y eso me trae buenos recuerdos. Yo no conocí a mis abuelitos, pero me acuerdo de cómo era la vida en ese tiempo.

(Tallerista) Los invito a que, cuando tengan un momento al final del día o empezando, dedicarle 20 minutos a escribir, lo que sintieron o pensaron, si hay algún recuerdo que... hoy se acordaron de alguien. Puede ayudarlos a conectarse con esa parte interna y recordar es volver a vivir. Ayuda mucho para poder desahogarse, trabajar la memoria, entender las emociones, para entendernos a nosotros mismos.

(Valedor B) Yo escribo en mi diario desde que estoy aquí, ya llevo casi dos años y medio, y tengo un diario que he estado escribiendo casi diario.

(Valedor D) Y las personas que ya no pueden recordar lo que les pasó en el pasado (sic), esas personas, digamos, ¿qué puede ser lo que les está afectando? La persona que no puede recordar lo que nosotros escribimos (sic) los lugares que vimos, esas personas, ¿qué es lo que les puede estar sucediendo?

(Tallerista) No sé qué les puede estar sucediendo. Pueden ser muchas cosas, pero pueden escribir sobre sus emociones en ese momento y todo puede suceder. Pueden igual y acordarse de ciertas cosas. Ya ven que no despegar la pluma durante un rato, es como si ya no estuvieras hablando tú, es como si de repente tu mano se suelta y salen todas esas cosas que ni sabías que tenías adentro de ti. Es una muy buena manera de sacar las cosas y no decir “estoy escribiendo esto mal”. No, no importa. Después de los 20 minutos se destapa esa creatividad en el cerebro y podemos empezar a escribir desde ese lugar nuestro.

Estos trabajos los vamos a entregar en la siguiente edición.

**Presentación de la revista callejera “Mi Valedor” en la Universidad Iberoamericana /
Realizada el 27 de febrero del 2018, 13:00h, Ciudad de México**

(Min 00 – 20)

Se realiza la presentación de las coordinadoras del proyecto y los “valedores” asistentes al proyecto.

(Coordinadora 1) Hola, muchas gracias por tenernos aquí, es un gusto. Les cuento a grandes rasgos lo que es “Mi Valedor”. Es el primer street paper de México que funge como modelo de auto-empleo para poblaciones que están en situación vulnerable, sobre todo en situación de calle o en riesgo de caer en calle. ¿Cómo funciona el modelo de los “street papers”? El equipo editorial hace una revista, en este caso es bimensual, pero en otros países varía, hay algunos que son semanales o mensuales o quincenales. Nosotras vamos a ofrecerle chamba (sic) a gente a comedores, albergues, a diferentes puntos de calle, a instituciones que estén trabajando con este tipo de población. Después de pasar por un proceso de capacitación con ellos, empiezan a vender a revista. Ellos les van a contar más y seguramente vamos a ahondar en el contenido de la revista, pero compran la revista en cinco pesos (mexicanos) y la venden en 20 pesos. Obteniendo un ingreso legítimo, como un primer contacto de reinserción socio-laboral.

(Moderador) Sería bueno que ustedes explicaran, ¿qué entienden por “personas en situación de calle”? A lo mejor no todos tienen una idea clara de a qué nos estamos refiriendo.

(Coordinadora 1) Pues una persona en situación de calle es alguien que, no necesariamente la habita, o la habita (sic) o trabaja en ella, que pues está en una situación que no necesariamente está durmiendo en la calle, pero no tiene casa, vive en el albergue o en riesgo de caer de calle, que estás en una situación vulnerable por ciertas circunstancias de la vida. No tienes las herramientas necesarias para tener un cuarto que rentar o no te alcanza con el dinero que ganas, con la pensión o con lo que sea que tengas en tus manos.

(Moderador) Deben saber que el Gobierno de la Ciudad de México, hablando de solo lo que hace el gobierno, es el único gobierno del país de los 32 gobiernos estatales, que tiene un programa de albergues. El Gobierno destina un dinero a través de la Secretaría de Desarrollo Social a un programa que tiene que ver con albergues. Luego uno se queja del gobierno, pero esta es una de las cosas buenas. En esos lugares se atiende a la población que no tiene donde dormir. Se atiende a extranjeros, niños, señoras, jóvenes, señores. Están divididos por sexo, por edad, hay centros para niños, adultos mayores y ahí se les dan tres comidas diarias y tienen donde pasar la noche en todo el año. Hay momentos en los que obviamente hay una sobresaturación de los lugares. En esos lugares no necesitas llevar tu credencial de elector, porque muchas veces una persona que está en esas condiciones, no tiene papeles. Ahí, en algunos casos, les dan

clases, para quienes quieran estudiar un oficio y pueden entrar y salir de manera voluntaria. Ahí hay baños para cumplir ciertas necesidades y en la mañana pueden salir a trabajar. Hay gente que ha aprovechado la estancia y llevan varios años en esa rutina, algunos con el tiempo regresan a sus casas o encuentran empleo. Es muy importante que sepan que exista ese programa. Hay reglas básicas, como no puedes entrar en estado alcohólico o drogadicción y ciertas reglas internas como cualquier lugar. Cumpliendo esas reglas, cualquier persona puede entrar. Uno luego se encuentra personas que no se imaginaría que están ahí. Estamos hablando de lugares donde a veces hay 100, 200, 300, 1000 personas, dependiendo del tamaño de esos centros.

Es el único lugar así en el país, no hay un programa de ese tipo. Imagínense lo que hacen otras personas que viven en la calle en las demás ciudades grandes, Monterrey, Guadalajara, Tijuana, donde el Gobierno no destina dinero para darle tres comidas al día, hospedarlos cuando hace frío, calor o lluvia. Es interesante.

[Se muestra un video de “Mi Valedor”.]

(Coordinadora 2) Como pueden ver en el video, hay un taller creativo en “Mi Valedor”, que es la parte en donde trabajamos las habilidades sociales, que se han podido perder por la vida en calle o por situaciones de cada uno de los “valedores”. Entonces, dos o tres veces a la semana hay talleres en “Mi Valedor”, que van desde pintura, escritura, dibujo, yoga, todo enfocado a recuperar habilidades sociales y mejorar su vida. En estos talleres también se da mucho una convivencia sana y se crea una comunidad dentro de los “valedores”. Me gustaría que hablara “valedor asistente 1” de su experiencia. Lleva ya poco más de dos años vendiendo la revista y participa activamente con el contenido editorial. Que el contenido editorial aquí los “valedores” traen revistas por si le quieren echar un ojo (sic). Es una revista monográfica, coleccionable.

(Moderador) A ver, ¿alguno quiere apoyar con 20 pesos a un “valedor”? De una vez para que la vean.

Se ofrece la revista a los asistentes.

(Coordinadora 1 y 2) Cuenta de los talleres o de tu experiencia [Le dicen al “valedor” que les gustaría que hablara de su experiencia].

(Min 21 – 40)

(Moderador) Muchas gracias por ofrecer la revista. Ahora que la tienen, vamos a hablar de su contenido, si tienen dudas y preguntas, ya saben, al final podemos hacer un intercambio de ideas. Le cedo la palabra al “valedor asistente 1”.

(Valedor asistente 1) Hola, buenas tardes. Llevo casi tres años con el proyecto de “Mi Valedor”, yo soy una persona que tuvo problemas de adicción – drogas y de alcoholismo –. Yo llegué con las chicas avanzado de adicción, entonces nos dan talleres a manera de que nos rehabilitemos a través de los talleres (sic). He logrado dejar la adicción de las drogas y alcoholismo gracias a los talleres que ofrecen las chicas de “Mi Valedor”. Yo también viví por un tiempo en la calle, después me fui a vivir a un albergue y bueno, a la actualidad, gracias a esta chamba, ya no vivo en un albergue, ya rento un cuartito y sigo con mis estudios. La mayoría de nosotros estamos en la calle por el vicio y por el ocio. De alguna manera, esta revista también hace una labor de prevención para las nuevas generaciones, que no caigan en ese mismo problema. Es una revista didáctica, que emplea a personas en situación de calle, ex-reclusos, migrantes y personas de la tercera edad. Las chicas se encargan del contenido y nosotros las apoyamos con fotos, textos, dibujos y la experiencia de vida también es de nosotros. Es un proyecto que ya ha llegado a México y en México es el proyecto que lo llevan a cabo mujeres, y eso es muy chido (sic) que las mujeres empiecen a tener protagonismo y bueno, es parte de un proyecto a nivel mundial donde somos la edición mexicana. Representamos a nuestro país y las chicas se encargan de los talleres. A nosotros nos dicen lo que debemos de hacer, para que ellas lo publiquen en la revista y también en las redes. Somos un fenómeno, si nos quieren conocer y seguirnos estamos en las redes.

(Moderador) ¿Cuál es la dirección en Twitter y Facebook?

(Coordinadora 2) En Facebook estamos como “Revista Mi Valedor”, en Twitter, “@MiValedorMx”, y en Instagram como “Mi Valedor”.

“Valedor asistente 1”, ¿qué tal si les cuentas un poco de la edición número 13 de “Correteando la Chuleta”?

(Valedor asistente 1) Para la edición número 13 del “valedor”, se llama “Correteando la Chuleta”. Ese número fue hecho por los mismos “valedores”. Las chicas nos dieron talleres de foto, textos, crónicas, diseño también por ahí (sic), incluso uno de nuestros compañeros entrevistó al “valedor”. Ese número fue hecho por los mismos “valedores”, es muy chido (sic) porque es el primer producto que ofrecen los indigentes como tal a la sociedad. Es una revista que en este número fue hecho por los “valedores”. Sale muy chido (sic) porque se llama “Correteando la chuleta”, es una frase chilanga (sic) que quiere decir “champear” o “andamos chambeando” (sic). En ella participamos los “valedores” de todo el contenido con

textos, fotos, con dibujos y bueno, es algo muy chido (sic) porque ese número las chicas nos estuvieron dando talleres durante un buen rato para que pudiéramos hacer esa edición. Es el volumen 13, se llama “Correteando la Chuleta”.

(Coordinadora 2) Gracias. No sé si alguno de los “valedores” quisiera tomar la palabra, decir algo, dar algún testimonio. O si, más bien tienen preguntas.

(Valedor asistente 2) Más bien, yo quisiera comentar cómo me presento con la gente que me hace el favor de recibir la propuesta y me ayuda mucho cuando la adquieren (la revista). ¿Por qué? Cuando llego a vender a estas personas les digo: ‘Soy el valedor, estoy trabajando en un proyecto que me está ayudando a salir de situación de calle. Este proyecto, “Mi Valedor”, a través de la revista fomenta el auto-empleo entre los que vivimos en albergue o en calle, y al salir a promoverla quieren que ganemos autoestima y seguridad. O sea, confianza. Por eso no la promueven (sic) en librerías, pero va más allá, porque nos dan talleres formativos martes y jueves: pintura, teatro, yoga, carpintería, fotografía. De tal modo que aprendemos más y llegamos a participar en los contenidos de la publicación. Entonces ya, a la persona que me está viendo le muestro parte de lo que es la publicación como la están viendo ahorita. En el número de “La edad de Oro”, por ejemplo, les puedo comentar las panorámicas de actual (sic) del Monumento a la Revolución y la anterior donde se ve “El Caballito”. Me acuerdo de una experiencia en la que estaba el abuelo, el papá y la nieta. Me acerqué con la revista y les dije que había algo muy bonito que quería compartirle con ellos, les mostré una revista y les dije, “Miren: panorámica actual, panorámica anterior”. Nuestra gente mayor nos puede compartir mucho, ellos rememoran y nosotros aprendemos y además se estrechan los vínculos. Es parte de lo que utilizo de esa revista. Ya de las otras, algo parecido a eso. Y ya después cuando la gente me cuestiona, les comento que con esta revista, yo, al vender tres publicaciones pago donde vivo ahorita, que es una casa de huéspedes, tipo hostel por el Zócalo y ya llevo un año que no voy a albergue. Yo estuve dos años en albergue, y en el albergue, si me cachaban lavando calcetines, me suspendían tres días, si me volvían a cachar, corrido. Si me mojaba a las cinco de la tarde, ni modo, a esperar hasta las siete a que abrieran. Era un albergue privado en la Colonia Morelos. Y si estaba lloviendo en la mañana o si estaba enfermo, no importa, todo el mundo para afuera a las 6:15 o 6:45. La diferencia de ahora, en donde estoy es que manejo mi tiempo mejor y veo mejor mis servicios. Entonces ahora una enorme diferencia en mí ya me ayudó el proyecto, ya tiene un año que no voy a albergue. Entonces le digo a la gente: “cada vez que le compra a alguno de nuestros “valedores” o a un “valedor” como cuando yo estaba, que salía a veces del albergue hambriento, mugroso o sin dinero, por la falta de facilidades; entonces yo les digo hace el efecto siguiente, si ustedes tienen una necesidad económica y les llega un dinero, cambia la perspectiva y uno se entusiasma. O si les encomiendan una labor y la llevan a buen término, uno dice ‘sí se pudo. Sí puedo.’ Así nos pasa a los “valedores”, y aumenta el autoestima.

Cuando ustedes llevan la revista, la comparten y la difunden, cualquiera de sus amigos o “valedores”, cuando le compren a algún “valedor”, va a ser ese efecto y nos ayuda mucho. Eso a la gente la sensibiliza, le cae el 20 mejor (sic) y creo que se facilita un poco más la venta, porque no se está vendiendo propiamente, se está platicando el proyecto. Muchas gracias.

(Coordinadora 1) ¿Tienen preguntas?

(Asistente 1) ¿Me gustaría saber en dónde están ustedes vendiendo las revistas?

(Coordinadora 2) ¿Por qué no cada quién que diga su punto de venta? Punto y horario.

Cada “valedor” menciona su nombre y punto de horario.

(Moderador 1) ¿Alguien tiene otra pregunta?

(Asistente 2) ¿Cuánto tiempo les lleva reunir la información para su ejemplar? ¿Cómo recolectan la información? Está muy bien acoplada, las imágenes, los contenidos. Esto es mucho trabajo, ¿cuánto tiempo les toma poder armar esta propuesta que es distinta y también tienen relación con otros proyectos similares? Estoy encantada de que Levi’s esté ahí, ¿cómo logran esto, es muy difícil?

(Coordinadora 2) Gracias por tus comentarios. Sí es un proceso difícil y requiere de muchísima chamba (sic). Nos tardamos como dos meses o un mes para coleccionar todo el contenido y luego entre que el diseño y la intervención por el ilustrador son como un mes y medio en lo que entregan la revista. Por eso salimos cada dos meses, porque también no podríamos estar haciendo la revista de esa calidad semanalmente, ni mensual, la verdad. En cuanto la red internacional, nosotros somos parte de una red internacional de periódicos callejeros, está presente en 34 países actualmente, hay 9,000 vendedores alrededor del mundo de periódicos callejeros o street papers como se llaman normalmente. Nosotros somos parte de esta red desde hace tres años y hay un Congreso anual al que, por lo general, nos invitan a participar, se dan premios y pláticas para saber cómo se está abordando la problemática desde diferentes puntos, cómo se está abordando la parte editorial. Nosotros hemos ganado tres premios en esta red, hemos tenido dos premios por diseño y un premio por mejor presencia en línea. Eso está muy padre. La verdad, sí somos de los periódicos más jóvenes que existen en la red. Nosotros en teoría, nos inspiramos en el (street paper) de Inglaterra, pero sobre todo en el de Argentina, pues era un país que tenía un periódico que ya va a cumplir 17 años, se llama “Hecho en Buenos Aires”, y la verdad es que, el hecho de que allá lo hubieran podido lograr y de que siguiera vigente, se vendiera y funcionara el modelo, también nos impulsó mucho a hacerlo aquí. Es muy distinto la problemática de calle en Europa, que en Estados Unidos, que la que tenemos en países latinoamericanos.

Lo de la publicidad ha sido lo más difícil, porque no tenemos una red de distribución enorme, ni tampoco un tiraje que pueda competir contra las grandes publicaciones, entonces, pues sí ha sido como ir y tocar puertas (sic) y hacer entender a las marcas que también tenemos una responsabilidad con la gente. Además que es una publicidad muy orgánica (sic) y entra bien, por ejemplo, esa que agarraste y enseñaste nos dieron vestuario para todos los “valedores” y tomamos las fotografías. Entonces se integran muy bien con el proyecto, entienden que es una revista como de carácter más artístico que claro que una publicidad, si no es muy bonita, le va a dar en la torre (sic) a todo el contenido.

(Coordinadora 1) Te quiero contar un poco de cómo trabajamos la revista. Somos un equipo editorial de tres personas más el diseñador en las oficinas de “Mi Valedor” haciendo el contenido, pero sí tenemos algunos columnistas que ya son constantes y que saben que cada dos meses van a entregar su producto o columna. Abrimos con un cuento, tenemos también una crónica y los números se deciden al año y más bien ya sabemos más o menos, ya tenemos el calendario editorial y la planeación anual. Entonces nos podemos adelantar un poco a ver qué escritor podría encajar en cual, pero sí es un proceso difícil, porque hay mucha edición que hacer, a veces el escritor te queda mal.

(Asistente 2) Y, ¿no se puede abrir a los alumnos con el contenido?

(Coordinadora 1) Sí estamos abiertas. Como las ediciones son muy específicas, mas bien lo pedimos. Pero definitivamente nos escribe muchísima gente diciéndonos “quiero escribir para su próxima edición”. Entonces, nosotras le pedimos al alumno o interesado que nos mande qué ha escrito, si es crónica y cuento y vemos en dónde puede encajar. Y ya, después le mandamos... “Mira, en abril, sale el número de Cosmópolis” entonces, te echas un cuento de tantos caracteres, entonces va. Así más o menos el proceso.

(Asistente 2) Eso, ¿lo puedes publicar en Facebook, vamos a suponer, en tal mes es tal evento y se pretenden tales contenidos? Es que, solo preguntaba, por si les hacen una propuesta. Yo pienso en los chavos, de repente los estudiantes quieren y tienen propuestas y si tienen posibilidades por ser parte de esto.

(Coordinadora 2) Sí, de hecho, hay muchos textos que han sido escritos por estudiantes. Lo que sí es que lo hacemos con mucha planeación. Por ejemplo, chance y todos los textos de este año ya están cerrados, ya están pautados, ya se habló del tema y de qué se va a tratar. Lo que hacemos, justo porque es una revista chiquita (sic) y lo que sí, intentamos que sea muy inclusiva, es decir, que pueda escribir un escritor consolidado y al lado una persona que sí escriba, porque luego es “Híjole (sic), quiero participar”, “Pero, ¿en qué?”, “Puede ser texto o foto”, “A ver, qué te gusta hacer a ti y como cualquier persona, mándame un portafolio de lo que haces”. Igual que los “valedores”: saben de qué va a tratar el tema y entonces, es “Yo puedo escribir sobre esto” o “Voy a ir a cazar (sic) este tipo de fotografías” entonces, dependiendo de las

fotografías y los textos, entra o no en la revista. Es muy inclusiva, pero también no es condescendiente. Lo que sí es que, para donde tenemos más apertura es para “Mi Valedor.com”, que ahí pueden encontrar muchísimo contenido, tenemos muchísimos cuentos, muchísimas crónicas que son como “Esto no está publicado, pero es increíble” o “No entran en el tema de esta edición o en las ediciones que vamos a trabajar en el año”, por lo menos, darles salida ahí. Es lo mismo, puede estar publicado un autor consolidado en “Mi Valedor”, sin importar que esté un estudiante con su texto al lado, y que esto pueda darle como una salida a las personas que estén interesadas en crear.

(Moderador 2) [En este caso, es el investigador de este proyecto, Juan Manuel Martínez Ramírez, quien comenta su experiencia sobre cómo conoció el proyecto] Conocí el proyecto en ForoTV, cuando hablaron de “mujeres emprendedoras” y fue cuando las vi por primera vez. Pasó un año y estaba comiendo en la Fuente de las Cibeles, y me tope con un “valedor” y me dijo que estaba vendiendo una revista y le dije que y conocía el proyecto. Ese día yo no traía dinero, pero quedamos mañana para comprarla. Al siguiente día, lo localicé, le compré la revista y yo estaba buscando tema de tesis. Como comunicólogo me interesa mucho saber qué estamos haciendo con los medios en temas sociales. Hace algunos días estaba leyendo por ahí un libro que se llama “Alternative media” y habla justamente de eso, cómo estos medios que surgieron en los años 80s, empiezan a dar voces que necesitan ser escuchados y que tienen una voz. En noviembre del año pasado me tocó conocer a una tallerista, con el taller de escritura para la edición de “La edad de oro”, y estuve como oyente de los talleres. La dinámica era que “los valedores” platicaran una historia sobre cómo se veían en un día de los años 40 y la verdad, las historias que tú escuchas de cada uno de ellos son bastante interesantes. Es una forma de darle voz y ver que en la calle puedes encontrar muchas historias muy ricas y sobre todo, que las puedes poner en papel y que pueden llegar a muchas personas, no solo en los puntos en los que están, sino ya pudimos expandirlos un poquito más en la Ibero, es un gusto y un placer tenerlos aquí.

(Min 41 – 60)

(Moderador 1) Para ir cerrando, nada más, en relación con los contenidos, tienen que ver con la Ciudad la mayoría, el tema es la Ciudad de México, ¿o no? ¿Van 16 números.

(Coordinadora 2) En general, sí. Se está imprimiendo el volumen 17.

(Moderador 1) Ya sabemos que cada persona vive de manera diferente, atestiguar y confirmar que la revista narra una historia que mucha gente no conoce. Como zonas de la Ciudad donde han pasado y no saben qué ha pasado ahí, como algunos barrios y algunas prácticas culturales combinada con la práctica artística.

(Coordinadora 2) Se me olvidaba comentar. Estamos dadas de alta para el servicio social y las prácticas profesionales por si les interesa. Vamos a estar en la Feria de Servicio Social. Si quieren hacer voluntariado en “Mi Valedor”, pueden entrar en “Mi Valedor.com” ahí hay un apartado de las diferentes maneras en las que pueden colaborar, es desde dar talleres en “Mi Valedor”, también pueden acompañarnos a albergues, comedores, puntos de calle a explicar a las personas qué es “Mi Valedor” y si quieren una chamba pues que sepan que en “Mi Valedor” se las ofrecemos. Al mismo tiempo, tenemos unos flyers (sic, “volantes”), que se me olvidó traer, que lo pueden descargar de la página. Si ven a alguien en la calle, que les está pidiendo una moneda o conocen a alguien no ha podido conseguir trabajo, le pueden hablar del proyecto y darles el flyer. Hacemos ventas sabatinas cada cuatro meses, que es venir a “ser valedor” por un día y es experimentar lo que los “valedores” viven en el día en la calle. Saldrían con un “valedor” a capacitarse y ver cómo es vender en la calle. Juan ya vivió la experiencia hace dos semanas.

(Moderador 2) [En este caso, es el investigador de este proyecto, Juan Manuel Martínez Ramírez, quien comenta su experiencia sobre cómo fue el “Vendor Week”] Es bastante interesante. Yo les sugiero que se acerquen con ellas y con “los valedores”. Lo que pretende este evento es ver por un día todo lo que tiene que sortear un “valedor” para poder vender la revista, no es fácil. Recordemos que ellos están en el espacio público, entonces, mucha gente, cuando los ven y se les acerca a presentar el proyecto, mucha gente dice “tengo prisa” “mejor después” o una cosa así. Para ser cinco revistas que tú vendes en un día es muy complicado. Es parte del día a día de los “valedores” son cuestiones bastante interesantes cómo las sortean y es su chamba, estar ahí insistentes. Si les interesa el proyecto, acérquense con los “valedores”, que son personas bastante agradables, igual con las chicas.

(Moderador 2) Es importante recordar que si alguien conoce alguna marca o empresa que quiera apoyar o patrocinar de alguna manera, también se puede. ¿Alguien tiene más un comentario o una pregunta?

(Asistente 3) ¿Cuántos “valedores” son ahorita?

(Coordinadora 2) Ahorita son como 20 fijos, entre 15 y 20, y 10 flotantes, que entran y salen.

(Asistente 4) Yo también fui “valedora” por un día y sí es vender difícil vender una revista. Estuve horas y hasta me tocaron extranjeras y yo sacando ahí mi espnaglish (sic) explicándoles con mucha emoción y no te pelan (sic). Hay gente que no se interesa o como que te ven bien vestida y dicen “no, ¡qué flojera!”. O la típica pareja que la mujer sí te pela y el hombre no. Yo los invito a abrirse a esta concientización, porque hasta yo, hay veces que digo “estoy muy apurada” y tengo muchas cosas que hacer, acepten a este tipo de personas que no sabemos qué hay detrás, pero para hacer esta conciencia social.

Presentación de la “Voz de la calle” y “Huateque Mixteque” / Realizado el 17 de noviembre del 2018, 13:00h, Ciudad de México – Evento transmitido en vivo, consultar:

<https://www.facebook.com/mivaledor/videos/339279233517177/>

En este evento no se entrevistó a nadie, debido a que se realizó el programa de “La Voz de la Calle” y desde el principio se estaban haciendo el montaje de dicha transmisión misma que fue en vivo, por lo que no encontré oportunidad para entrevistar. Posterior a este evento, realizaron venta de algunos alimentos y ahí terminó el evento.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS A “VALEDORES”

Entrevista al “Valedor 01” (V01) / Realizada el 27 de mayo del 2018, 11:00h, Ciudad de México

(Min 00 – 05)

(E) El “valedor 01” es uno de los pioneros del proyecto. Pláticanos, ¿cómo te enteraste del proyecto de “Mi Valedor”?

(V01) Lo que pasa es que yo estoy viviendo en un albergue, se llama “Coruña” o “Plaza del Estudiante”, cerca del metro Viaducto. Ahí llegaron las chavas⁷⁵ que trabajan en el proyecto, ofrecieron la chamba. Ya me habían platicado otros compañeros que ya trabajan ahí. Un día que vuelvan ellas, hablo directo con las coordinadoras. Me dijeron “¿no quieres trabajar con nosotros? Te damos chamba.” Les dije: “Es lo que quiero.” “Preséntate el lunes, te capacitamos y te enseñamos a vender”, eso me dijeron.

(E) ¿Qué te platicaron y cómo te convencieron para entrar al proyecto?

(V01) Me convencieron porque a mí me gustó, porque es para nosotros, tener un ingreso ahí. A mí me gusta trabajar. La idea fue fantástica. Sí me animo.

(E) En estos tres años, ¿qué experiencias te han marcado con “Mi Valedor”? ¿Qué es lo que has visto bueno del proyecto?

(V01) Pues en sí, todo el proyecto es bueno. En lo personal, te puedo decir que me ha dado satisfacción en mi vida, pues con esto salgo a caminar. Consigo lo económico. Libremente afuera me como mi taco y mi torta y mi refresco. No tengo que andar pidiendo. Para eso nos dan trabajo, para no andar pidiendo (dinero). Si nos apoyan cuando nos compran una revista.

(E) Sobre los talleres, ¿cómo te han ayudado estas actividades?

(V01) Los talleres sí ayudan mucho en lo personal. A mí me han ayudado en la relación con las personas. Conocemos a mucha gente, sobre todo. Nos desarrollamos en cuestión personal. Los talleres, a algunos se les da seguimiento, otros son dos o tres talleres y como que no muy bien. Hemos tenido video, pintura, dibujo, es un poquito de cada uno. Es para convivir el taller, para estar todos juntos.

⁷⁵ En uno de los videos del canal oficial de “Mi Valedor” en YouTube, las coordinadoras se enuncia como un grupo de mujeres creadoras de “Mi Valedor”. Por eso, los “valedores” se refieren a las Coordinadoras del proyecto como “chavas o chicas”.

Sobre estos medios, revisar: <https://www.youtube.com/watch?v=4Zkju8Xxb4s&t=293s> (Min. 01:41) Sobre el grupo de mujeres a cargo de la revista.

(E) ¿Qué tanta presencia percibes que tienen ustedes en cuanto a los contenidos?

(V01) Nosotros participamos en la revista en cuanto aportamos algún artículo. Hay una parte que dice “Hecho por valedores”, y luego nosotros también, de repente, en fotografías. Por ejemplo, ahorita viene ya el trabajo de ir a tomar fotos para la siguiente (edición que viene). Ahí vamos y tomamos fotos. Se toman muchas fotos, pero no todas salen en la revista. Las chicas seleccionan y hasta el nombre luego le ponen: “Tomado por...” a veces.

(E) ¿Cómo te ha ayudado el proyecto a ti en la cuestión económica?

(V01) Pues cuando menos, si no he salido adelante, sí me ha ayudado mucho, porque he hecho unos ahorros. Vivo desahogadamente. Yo vivo en un albergue y ahí nos dan de todo. Pero a mí me gusta comer, me gusta el dinero por así decirlo, entonces me lo gano y ahí tengo un ahorrito (sic).

(E) ¿Qué más podrías comentar en estos tres años? ¿Cómo ha sido la ayuda de “Mi Valedor”?

(V01) Ha sido muy buena. Tiene muchos aspectos. Nos dan incentivos cuando vendemos bastante. Luego nos dan médico (sic), luego las chavas nos invitan a un desayuno o una comida por ahí. O luego al cine, hay cine gratis. Tenemos muchas ayudas.

(Min 06 – 08)

(E) ¿Qué significa la palabra “valedor” para ti?

(V01) La palabra “valedor” para nosotros significa compañerismo, amigo, gran camarada. Eso es para nosotros. Gracias a las chicas por este gran proyecto. Gracias a las personas que nos ayudan. Cuesta un poco de trabajo vender la revista, pero la gente que la compra, lo hace de todo corazón.

(E) ¿Cómo te identificas con el proyecto? ¿Qué es para ti este proyecto?

(V01) Para mí es muy importante porque me relaciono con la gente. Antes no tenía tanta relación, porque no conocía bien la Ciudad y ahora hasta la gente me hablan por mi nombre.

Entrevista al “Valedor 02” (V02) / Realizada el 24 de agosto del 2018, 17:00h, Ciudad de México

(Min 00 – 05)

(E) “El valedor 02” es uno de los pioneros en este proyecto de “Mi Valedor”, él ha estado desde casi el inicio del proyecto, ¿es correcto?

(V02) Sí.

(E) Ahora, voy a proceder a hacerle unas preguntas sobre estos años que ha tenido en “Mi Valedor”. La primera es: ¿cómo te has sentido en el proyecto de “Mi Valedor”?

(V02) Yo me he sentido seguro en el proyecto, que tengo chamba y este proyecto, lo bueno, es que te da trabajo rápido. Los talleres creativos nos ayudan a ser más seguros de nosotros mismos. El proyecto es bueno y sí se puede salir de situación de calle si eres constante y si se trabaja a diario, es una “herramienta de sobrevivencia” como dice en el manifiesto de “Mi Valedor”. Gracias también a quienes nos apoyan comprando la revista, son revistas de cultura, coleccionables y solo la encuentran con los “valedores”.

(E) A ti, ¿cómo te ha ayudado este proyecto? ¿En qué forma?

(V02) A mí me ha ayudado “Mi Valedor” en mi reinserción social, al poder yo rentarme un cuarto y ya no estar en un albergue, a ser más responsable y a tener seguridad en mí mismo. Nos apoyan con lentes, y servicios médicos para quienes no tienen papeles o un seguro social, no te cobran y te dan medicamento si estás enfermo. “Mi Valedor me ha dado el apoyo”. El proyecto es bueno, pero uno también tiene que ser constante. Yo soy un testimonio de que sí se puede cambiar y salir de calle. El hecho de que seas de calle no quiere decir que ... (sic) pues tienes que ser buena persona. Ahorita también trabajo de limpieza, eso me ha ayudado mucho. Y en las tardes vendo revista, pero sigo siendo “valedor”. Yo no era nada sin “Mi Valedor”. Gracias a “Mi Valedor” soy algo, porque yo no valía nada, yo estaba en un albergue, era un parásito, no hacía nada. Pero gracias a la revista me dieron chamba, me dieron la confianza y eso para mí fue un gran apoyo. Es cosa de que tú quieras, porque si yo no hubiera querido, seguiría en mi vida pasada drogándome, alcoholizándome, lejos de los albergues, hasta muerto o a lo mejor ya “picado” (sic). Vivir en calle no es algo muy grato, no se lo deseo a nadie, pero pues de ti depende querer salir. La herramienta está, la chamba está, es cosa de que uno quiera aplicarse. Pero sí me ha ayudado como proyecto “Mi Valedor”, sí es buen proyecto. Queremos más “valedores” que trabajen, no a todos les gusta vender. Prefieren vender PET o cartón, pero les digo: “Ahí cargas más y vendes menos” y aquí (En “Mi Valedor”) vendes más y no cargas tanto. Pero muchos prefieren vender PET o Cartón, y les dan muy poquito. Les dan 50 pesos u 80 pesos por un kilo de cartón. Por el PET les dan como 20 pesos. Y yo creo que “Mi

Valedor” con 15 pesos que te ganas es muy bueno. Compras la revista en cinco pesos y la vendes en 20 pesos, y yo creo que 15 pesos son muy buenos para ayudarte. Ganas más que en lo de PET.

(E) Tú, ¿has tomado talleres de escritura y fotografía? ¿Han metido el contenido en la revista?

(V02) Sí. “Los valedores” participamos en algunos talleres y lo que hacemos sale en la página “Hecho por valedores”. Ahí vienen los nombres de cada “valedor” con lo que hicimos, escribimos. En algunos redactamos, otros son talleres creativos de yoga, de fotografía, de dibujo, de fisioterapia, y pues son varios talleres. Son gratuitos, eso es lo bueno también. Son de hora y media. A mí me han ayudado mucho, yo creo que parte de mi desarrollo en “Mi Valedor” son los talleres. Me dio mucha seguridad, mucha paz, mucha tranquilidad, porque en los talleres también tú sacas todo tu estrés. Lo que tú traes, lo sacas pintando o escribiendo, y eso yo creo que es bueno. Dedicarle una hora, aunque sea a tejer, te concentras. A parte, yo soy muy concentrado. En la hora y media que estoy en el taller, poner atención al tallerista y aprender de él, porque cuando lo haces dedicado y estás entretenido ahí tejiendo y todo, es bonito. Tú mismo estás aprendiendo de tu vida. Es como si tú tejieras tu propia vida. Como las arañas, tejen su telaraña para que ellas mismas habiten ahí.

(Min 06 – 10)

Apenas tuvimos un taller con “una valedora” que se llama Sonia o Tania, y nos dio un taller de costura. Yo hice uno con unas ramitas, que hasta lo publicó en Facebook, ya lo quiere vender. Me dijo: “¿Cuánto pides por tu tejido?” Le gustó mucho a María Portilla, la directora y en menos de una hora lo hice. “Lo que no hiciste en la semana, lo hiciste un día” me dijo. Es también querer ir con ganas al taller. Porque a veces vas triste, deprimido y eso hay que hacerlo a un lado. Problemas siempre hay, situaciones adversas. A veces llueve y no vendes. También un “valedor” sufre en la calle, no vende revistas a veces cuando llueve. A veces te va mal. No todos los días son buenos, pero gracias a Dios se vende algo y eso nos ayuda a poder subsistir en este planeta. Ahora sí que estamos “correteando el bolillo” y todo el mundo necesita trabajar para alimentarse, porque de otra manera no hay forma de cómo ganarse el dinero, más que trabajando y siendo constante. Y siendo un buen administrador, porque si tú ganas bien, pero malgastas tu dinero, no creo que seas sabio. Ahorita también que tengo la disciplina de rentar, eso también me hace responsable. Ahora tengo una tranquilidad de que estoy solo, tengo mi cuarto, nadie me molesta. Tengo privacidad, en el albergue no tenía eso. Convivía con otros “valedores”, dormía en el suelo algunas veces. Y ahí te tenías que cuidar del otro “valedor”, porque a veces te roban los celulares, la chamarra. Ahí la misma gente del albergue te roba, porque los chavos son viciosos, que trabajan, pero muchas veces se drogan y andan viendo que se roban para el vicio. Si ven que algo es ajeno se lo roban. Pero yo, gracias a Dios, ya tengo mi privacidad, ya puedo rentar un cuarto y para mí ese es un paso enorme haberme salido

del albergue, que agradezco el apoyo también ahí, a veces te ayudan, pero no es bueno quedarte ahí siempre. Como dicen “las valedoras”: “Qué bueno que estás trabajando de limpieza y sigas en ‘Mi Valedor’ y le echas ganas, Alfredo”. Aún así vivo al día, no gano mucho. Gano mil pesos a la semana, pago 2 mil de renta y apenas sobrevivo para pagar mis gastos y para comer. Tengo una vida tranquila, como bien, y pues gracias a Dios no me falta mi comida. Eso es bonito porque valoro mi vida y lo que es ganarse el dinero, no es fácil ganarlo. Y pues, gracias también a los que nos apoyan comprando la revista. Es una revista de calidad, cultural. Aparte, son revistas de colección, es un buen proyecto, los temas son frescos, son atemporales, no pasan de moda y son revistas de calidad. Nosotros también somos parte de esa revista, también escribimos algunas cosas ahí.

(E) Sobre lo que tú escribes, ¿te ha gustado cómo queda la versión final de lo que tú escribes? Porque me imagino que, lo que ustedes hacen, se revisa y se edita o ¿sale tal cual lo escribieron?

(V02) No, lo revisan las chicas, pero también me gusta porque son vivencias mías, que son parte de mi vida, de mi corazón, que yo llevo y lo escribo y lo plasmo en una escritura. Pero son cosas que yo viví y eso es bonito, porque puedes darle un consejo a alguien a través de eso que escribiste y pues es bonito.

(E) ¿Hay algo que no te haya gustado, de lo que tú escribiste y salió en la revista?

(V02) Pues no. Hasta ahorita que yo escrito, no hablo de cosas malas. Hablo de cosas sobre cuidar la persona, sobre la limpieza, de alimentarte bien, de hacer ejercicio, dar tips.

(E) ¿Cuál ha sido el que más te ha gustado?

(V02) Pues todas las revistas. Yo entré con las chicas de “Mi Valedor” desde el volumen 1, que fue “Amarrados”, hasta la fecha. Ahorita estoy en el proyecto, en el volumen 19, que es la “Jungla de concreto”. Son bimestrales, cada dos meses. Pero pues todas, me gustó mucho la de “Correteando la chuleta”, que fue la que hicimos nosotros, todos los “valedores”. Ahí escribí un documental de “El jefe vulcano”, que por ahí ganó un premio, me dice un “valedor”, premio al mejor documental hecho por “un valedor” hacia el jefe de bomberos. Y me ayudaron las chicas, ellas me dieron las preguntas y yo nada más se las hice a “Vulcano”, es un ex jefe de bomberos, él ya no está en los bomberos, ya hay otro jefe de bomberos. Él amaba a su trabajo, era un hombre responsable, un día se metió a salvar a una persona, pero se quemó los pies y ya no pudo caminar bien, y mejor lo cambiaron.

(Min. 11 – 15)

“Vulcano” era una persona responsable. Y también yo estoy aprendiendo a ser responsable todos los días. Ahorita, yo, me levanto a las cinco de la mañana, entro a las seis de la mañana al trabajo, y le paro hasta las seis o siete de la tarde, por lo de la renta que tengo que pagar. Si se angustia uno porque sí debes, pero

el señor es buena gente y yo creo que si le adelanto algo no creo que me diga que no. Ya le doy el resto el fin de semana. Ahorita vengo preparado. Compré mis revistas para el fin de semana.

(E) ¿Qué días trabajas como “valedor”?

(V02) Todos los días. De lunes a sábado de tres a seis, me encuentran en La Cibeles. A veces camino, no estoy fijo, lo malo es que yo busco la venta, no estoy fijo en un punto de venta. Yo camino, abordo a la gente, voy gritando, a veces “¡Revista ‘Mi Valedor’!”. Como ahorita, me vio mi amigo, que yo venía como loco gritando y vio el chaleco y me gritó “Valedor”, y ya, pero a veces me pasa que a veces grito y la gente conoce la revista y nos dicen que no nos ven, porque no gritamos. Nos ubican por el chaleco rojo.

(E) De escribir, ¿qué tanta libertad tienes para escribir en “Mi Valedor” sobre cualquier tema?

(V02) Pues mucha. Yo creo que no hay presión, tú escribes lo que tú sientes y hay libertad. Tampoco te presionan estando al lado tuyo a ver qué escribes. Te dicen, escribe lo que quieras. A veces yo escribo cosas al aire, pero yo creo que eso es bonito. Esa es una buena terapia de escribir todo lo que te venga a la mente, y eso es bonito, porque aprendes de ti mismo. Son cosas y pensamientos tuyos. Es cosa de que uno lea más, estudie, porque también tiene que estar preparado. Porque para leer la revista hay que saber del tema que hablar, tú también tienes que leerla para saber recomendar y vender la revista, que trae cultura. Hay libertad mucha, para escribir. No te limitan para escribir lo que tú quieras.

(E) Dos preguntas, primero, ¿qué crees que le falta al proyecto de “Mi Valedor”?

(V02) Una vez tuvimos una junta con los “valedores” y las chicas, preguntaron: “Yo, ¿qué cambiaría del proyecto?” Yo no cambiaría nada. El proyecto para mí es bueno. Yo propuse que, a la gente en situación de calle, muchas veces hay gente que no tiene ropa, un aseo adecuado. Yo propuse tener una regadera, un baño público, o al menos unas cubetas con agua en un estacionamiento, ahí en frente de “Mi Valedor” hay un lote baldío. Yo propuse que, ahí, al menos, tener unas cubetas con agua y darles ropa a la gente indigente para cuando vayan a chambear. No a toda la gente le gusta las ventas. Las ventas son muy socorridas, pero la gente se desanima muy fácilmente al no vender o les da pena. Dicen “No, yo ¿cómo me van a comprar una revista?” Me da pena. Prefiero pedir dinero. Una vez un “valedor” nos dijo: “Prefiero pedir dinero, a vender la revista. Pidiendo dinero saco más.”. eso también está mal. Vender la revista es un buen proyecto, pero yo propuse de vez en cuando ayudar a la banda en situación de calle. Pero también no puedes forzar a la gente, es bueno ayudarlos, pero a la vez es malo. La gente tiene que valorar. Como el proverbio chino: “Enseña a tu hijo a pescar”. La gente, cuando se lo das todo gratis no lo valora.

(Min. 16 – 20)

Por mi parte yo, no cambiaría nada. Te dan chamba, te auto-emplean (sic) y no te piden papeles. Esa es una gran ventaja. En muchos lados te piden papeles, carta de recomendación, antecedentes no penales y si no tienes papeles no puedes entrar a trabajar.

Lo chido de aquí es que te dan chamba rápido. Aquí hay gente que no es de albergues, gente que está trabajando en “Mi Valedor” y se ayudan. Hay gente adulta que vive en situación de calle que se gana un varo. Dice un “valedor adulto”: “Qué bueno que me gano 200 pesos diarios, son sensacionales”. Él tiene su familia y lleva el dinero a su casa, yo creo que es una buena ayuda. Gana más que el salario mínimo, de lo que yo gano de limpieza y eso es bueno.

De vez en cuando ayudar a la gente, darles un plato de comida, alimento o ropa. Lástima que “Mi Valedor” no es albergue y las chicas no nos dejan guardar cosas, por ética y el lugar es pequeño. Yo propondría que les dieran ropa y un baño y el día de capacitar a un “valedor” para que venda, que ese día vaya bañad. O canalizarlos a algún lugar donde se puedan quedar, como “El Ejército de Salvación” ahí en Tepito, que te cobra 40 pesos, está “La Colonial” que te cobra 55 pesos la noche, es como un hotel barato. Eso sí lo sacas si vendes tres revistas de “Mi Valedor”. Es cosa de que ellos quieran trabajar, tristemente no puedes obligar a la gente a trabajar. Como dice un dicho: “A la fuerza ni los zapatos entran”. Si la gente no quiere trabajar, por más que pongas la revista en charola de plata y les digas que se van a ganar un varo, tristemente depende de la voluntad de la gente. No a todos les gusta la venta.

Yo, el proyecto lo veo bueno y yo propondría eso. De vez en cuando darles un cafecito y un pan. Pero no siempre, se lo tienen que ganar y tienen que valorar la vida. A veces le haces daño a la gente si le das todo siempre, en vez de ayudar, perjudicas. Eso es malo. Ese es mi consejo.

(E) Por último, ¿cómo te identificas como “valedor”? ¿Qué es ser, para ti, “un valedor”?

(V02) Un amigo, alguien que te hace el paro (sic). Alguien que te da un apoyo, como cuando te compran una revista y te dicen “Échale ganas”.

En “Mi Valedor” te dan tu lugar como personas, te respetan y te preguntan si quieres salir en la revista. No te obligan a salir a fuerzas. Yo creo que es bueno. Te apoyan bastante, es de amigos el ayudarte y darte chamba y eso es bueno. Los tiempos son difíciles y a veces no hay chamba, hay que cuidarla. Estoy agradecido con la revista, porque hace tres años no era nada, pero ahora en el proyecto tengo chamba y eso, para mí, es una satisfacción bonita y estoy agradecidos con las chicas, que confían en mí. El proyecto ya lleva tres años, falta más ir con población callejera, darles comida y de vez en cuando visitar a la gente y convivir con esa gente, y que ellos entiendan que tienen que trabajar para tener una vida mejor y que salgan de la depresión. Muchas veces la gente se aísla y eso es malo, porque se pueden suicidar. Yo pienso que hay que darles más ayuda. Yo si fuera rico, me los llevaría a una casa refugio donde estuvieran, pero

muchas veces se escapan. Es como en los “Doble AA” o “Anexos”. Hay de puertas abiertas y cerradas y ahí a la gente le dan libertad. Les dicen: “¿Quieres anexarte (sic) y salir de la drogadicción? Te doy chance, vas a tener alimento y comida y te puedes quedar el tiempo que quieras, pero vas a cooperar con la limpieza de los baños.” A mí me pasó un tiempo, yo creo que también pondría una casa donde la gente tuviera un lugar donde dormir. “Mi Valedor” es un proyecto grande, porque da chamba. Faltan muchas cosas, pero también es cosa de que las personas cambien su forma de pensar. Depende ti que tú quieras aprender. El espacio está abierto para que tú aprendas.

Entrevista al “Valedor 03” (V03) / Realizada el 09 de febrero del 2019, 12:00h, Ciudad de México

(Min 00 – 10)

(E) ¿Cuánto tiempo llevas en “Mi Valedor”?

(V03) Ya tenemos (sic) cuatro meses.

(E) ¿Esta edición “Hola Vecinos” es la última que ha salido a la venta, verdad?

(V03) Sí, esta la hicimos entre todos los “valedores”.

De hecho, necesitamos a más gente que se anime, pero como que no quieren. Hemos llevado (el proyecto) a varias personas, pero se desaniman y ya no quieren.

(E) ¿No les dicen por qué no quieren?

(V03) Unos de plano, ya no regresan.

(E) En estos cuatro meses, ¿cuál ha sido tu dificultad para vender en la calle?

(V03) Por la época, bajó un poco la venta. De hecho, en el Ángel de la Independencia hay unos chavos que venden paletas y como que chotean (sic) un poco el mercado. Está complicado en ese sentido.

(E) ¿Qué días vendes la revista?

(V03) Entre semana. A veces, cuando no tengo nada que hacer el fin de semana, también me lanzo (sic). Ahorita, por ejemplo, la semana pasada no fui porque me enfermé, estuve como tres días fuera de circulación. También, como ya ando un poco mal de mi pie. La idea que yo tengo es poner una especie de puesto semi-fijo para no estar caminando. Hay un “valedor” que vende la revista y anda todo el día camine y camine y yo no tengo esa posibilidad.

(E) Cuando llegaron a “Mi Valedor”, les recomendaron el proyecto?

(V03) De hecho, yo lo oí un día en una estación de radio. Nada más sabía lo de la venta, pero ya llegando ahí vi lo de los talleres y me gustó todavía más. Yo les he dado varios textos que parece que los van a publicar en el sitio de internet. No sé si ya los hayan subido.

(E) ¿Tú eres escritor?

(V03) Yo me dediqué tiempo a eso. Yo tenía familia en Guadalajara y me dieron la oportunidad de trabajar y cubría eventos. Eso ya tiene mucho tiempo, ya tengo cierta experiencia.

(E) ¿Qué tipo de textos escribías?

(V03) Hacía reportajes, entrevistas y ahí agarré cierto callo.

(E) Tú que escribes, ¿haces recomendaciones en el proyecto de “Mi Valedor”?

(V03) Sí. De hecho, ha estado atorada un poco la agenda, pero les voy a proponer que hagamos un taller de creación poética. Voy a ver si les interesa.

(E) Estaría bien que tú dieras ese taller.

(V03) Sí, voy a hacer una lista de sugerencias. Vamos a ir a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) a hablar con quien sea necesario, para que nos den permiso de ir a vender a la UNAM. También quiero contactar a los del proyecto de “Para leer y libertad”, también quiero que hagamos una bibliotequita en “Mi Valedor”. Ellos nos pueden ayudar con eso y establecer vínculos con ellos, como hacen muchas ferias de libro, que nos inviten a vender la revista. Pero como están un poco ocupadas las muchachas, mejor me lanzo yo, abriendo mercados.

(Valedor que se unió a la conversación) Yo llegué a las 11:15h. Yo no vendo en calle, en banqueta, en mesas en donde está la gente. Otras veces me habían asignado aquí. Es que no me gusta el estilo. No lo hago.

(V03) A mí, como que tampoco me gusta la idea de andar vendiendo así.

(Valedor que se unió a la conversación) Por un lado, no me gusta interrumpir a la gente cuando está comiendo. No me gusta cuando uno va caminando y nos ofrecen algo, no busco ese estilo de venta. Por eso, no me gusta la venta en calle, hay muchos “no”. Es natural, todos decimos “no” a un montón de cosas que nos ofrecen en la calle. Muchos decimos que “no” cuando estamos comiendo. No nos gusta que nos interrumpan. Yo no hago ese tipo de venta. Yo voy más bien por el tipo de venta en donde la gente está sentada en bancas, que hay más disponibilidad. Podría muy fácil decir “Hola, soy de la calle, cómprame una revista, no he desayunado, échame la mano” (sic), me dan una moneda y la gasto y ¿qué gano? Ni fortaleza, ni desarrollo y nada. Prefiero ir detallando fortalezas e interactuar con la gente y que la gente entienda porqué llevo la revista. No no’ más (sic) por la compra per se. Por eso no me gusta el otro tipo de venta.

(Min 11 – 20)

Una vez le pregunté a una chica, me dijo que ya la conocía, le pregunté “¿Qué te gustó?”. Dice, “Pues no sé. La compré y la dejé ahí en la casa y ya no la vi. Me la vendieron con mucha gracia”. Abandonó la revista ahí en casa. Yo, la moneda que me dieron con mucha gracia, pero...

Mi prioridad no es el factor económico, no es soberbia. Sino, más bien la interacción. El compa (sic) que haya vendido con gracia igual y fue el medio para la prioridad que él tiene, una lana rápido. Se entiende. Pero mi particular punto de vista, no me late (sic).

Una vez llegó una chica. Estábamos sentados otro compa (sic) y yo en la Colonia Doctores. Y llegó una chica como de unos 22: “Hola, buenas tardes, ¿cómo puedo llegar al Centro?” “Ah, mira, tomas aquí el Eje...” “No, no, ¿cómo puedo llegar al centro de su corazón?” Con eso ya entró para hacer un truco de magia para ganarse una lana. Hay otros que son bien payasos (sic) vendiendo cosas, con una serie de mentiras. Y llegan preguntando si te gustan los animales, “¿me puede adoptar?” Van haciendo una serie de preguntas, una vez te la hacen, pero ya después ya no.

(V03) Es lo que yo decía. Ahí en el Ángel, hay muchos chavos que están ahí, echando a perder la venta.

(Valedor que se unió a la conversación) Echan a perder las buenas actitudes de la gente y ya no se habla de un consumismo, sino de una mentira, de una farsa, algo malo. Tiene definición mala. Aunque uno tenga ese manejo para la frustración del “no”, 90 veces de 100, está cañón (sic). Yo, más bien en banca, mi resultado es positivo, serían como seis de 10. Veo a poca gente. Hay veces que hago cinco presentaciones y no ha funcionado, pero a veces sí. Es muy buena, considerando la venta de calle. Cuando ya son cuatro o cinco “no”, digo que es momento de pararle y hacer otra cosa, porque a veces puede ser el clima, o si está cerca la quincena o se junta con la hora de comida. Son muchos factores que en campo uno se da cuenta. Sí llega un momento en que yo mejor le paro y aprovecho el tiempo en otra cosa.

Yo precalifico a los clientes. No a todos les ofrezco. Como una estrategia de venta.

(E) ¿Cómo funciona su permiso? ¿Tienen un permiso de venta en calle?

(Valedor que se unió a la conversación) Varias veces se hace sin permiso, porque si se hace de manera oficial, nos batean (sic). Entonces, sí se puede ir a escuelas. Pero en algunos lados hay restricciones.

(E) ¿Cómo hicieron los textos de las revistas en ediciones especiales? ¿Se los encargaron o los hicieron en los talleres)

(V03) Algunos por encargo, otros en talleres.

(E) Para “Hola Vecinos”, ¿propusieron algún texto? ¿Algo sobre lo que quisieran escribir?

(Valedor que se unió a la conversación) Yo sí. Yo tenía algunos por ahí y me dijeron “si quieres ve esto” y me gustó. Porque para “Correteando la chuleta” el que yo hice, fue mío, porque es una experiencia mía. Los actores de los que hablo los conozco. Y cuando se lo presenté a la editora, asesora y tallerista lo leyó y le pareció bien. No le quitó nada, no le puso nada. Así pasó. A diferencia de este (en la edición “Hola

Vecinos”) me gustó menos cómo quedo, lo editaron un poco. Lo manejaron mal y le quitaron algo de los talleres que son relevantes para la fundación. De por sí yo lo recorté a petición y todavía de ese recorte le modificaron, no me latió tanto. Pero el de (“Correteando la Chuleta”) sí me gustó.

(Min 21 – 30)

(E) El texto que tú escribiste (V03) para “Hola Vecinos”, ¿lo editaron?

(V03) Hicieron algunas correcciones.

(E) Para la edición “Hola Vecinos”, ¿a ustedes les dijeron qué iban a escribir? O ¿ustedes propusieron lo que iban a escribir?

(V03) Creo que algunos propusieron.

(Valedor que se unió a la conversación) Déjame mostrarles imágenes de estas, que casi no se ven sobre “Apocalipsis”. Esto es de Huixquilucan. Estas fotos las tomamos nosotros en taller, de algunos “valedores”. Miren estas fotos de los basureros, de Arturo Lara, un fotógrafo consolidado.

Porque ya saben que vienen fotógrafos emergentes y consolidados. Ocasionalmente los “valedores” participamos. Excepto en las dos ediciones (especiales) que casi todo lo hicimos nosotros.

(V03) Les platicaba (Sobre el Vendor Week) que vea la gente que es una revista de calidad. Que no es un negocio, porque este tipo de impresión es más caro, pero la intención es que nos ayuden a nosotros. Que se haga la publicidad de boca en boca para que se diga que hay un proyecto que ayuda a las personas en situación de calle, discapacitados y desempleados. Hay que quitarse la penita (sic) que de repente a uno sí le cuesta uno trabajo, pero es una buena causa. Vale la pena.

La recomendación de boca en boca es lo que podemos hacer con la revista. Para que se vaya ampliando, porque sí ha estado medio caída la venta. Tenemos esa posibilidad de que la gente se entere y que no decaiga. Hemos tenido problemas hasta de patrocinadores.

(E) ¿Ya perdieron a algún patrocinador?

(V03) Pues no nos han dicho, pero parece que sí. De hecho, nosotros en un taller estábamos haciendo una carta para los patrocinadores, por qué vale la pena el proyecto.

Yo me imagino que por lo mismo de la situación económica.

(E) ¿Ya tienen definidas las ediciones de este año? ¿Sobre los temas que va a tener cada una?

(V03) Las que se encargan de eso son las muchachas, ellas ponen el tema y ya nosotros nos vamos sobre eso. Yo ya estoy pensando con más anticipación para crear un texto.

(E) A ustedes, ¿les llevan los números ya impresos o tienen que ir por ellos a algún lado?

(V03) Los llevan ahí a “Mi Valedor”. De hecho ahora, creo que tuvieron un problema con los de la imprenta, se les juntó la chamba y se hicieron un poco de bolas (sic) con la edición y también por eso lo entregaron tarde. Esta edición (“Hola Vecinos”) debimos empezarla a vender antes del 15 de diciembre, pero la entregaron hasta la última semana y por eso perdimos algunas ventas. Debimos haberla vendido antes de que la gente gastara en diciembre.

(Min 31 – 40)

(V03) De hecho, la portada iba a ser una foto que yo tomé, pero de última hora la cambiaron. Creo que el diseñador gráfico. De hecho, a mí no me gustó la portada. Antes el diseño era bueno y ahora como que ha decaído un poco.

(E) A ti, ¿te cuesta vender en El Ángel de la Independencia, porque está la gente que vende paletas?

(V03) Al principio, tenía mis clientes. Pero ahorita con la situación es difícil. Vendía alrededor de cuatro revistas. Uno de mis clientes, que me compraba la revista, me dijo que tuvo recorte y se quedó sin chamba. Está dura la situación. Este evento es bueno, porque hay más difusión y eso es bueno.

(E) Muchos “valedores” tienen una situación de albergue, ¿cuál es tu caso?

(V03) Rento un cuarto allá por Neza. Por la discapacidad que yo tengo, no me dan chamba (sic). Mi último trabajo fue hace un año y medio y para conseguirlo tardé dos años. De hecho, el año pasado estuve mandando solicitudes, me decían “lo dejamos en carpeta”. Como si tengo experiencia en el área de limpieza, trabajé 10 años, pero como ven que tengo la discapacidad, no me aceptan.

Ahora solo estoy con “Mi Valedor” y de repente con una chamba, como también soy músico. Toco la flauta transversa, solo que eso ha caído mucho también. Hacemos música cubana. Tengo la idea de hacer un “open house” con “Mi Valedor” para que vayan a visitarnos cada mes. Tenemos hartos proyectos (sic) a ver si pegan.

(E) ¿Cuál es tu meta en esta edición del “Vendor Week”?

(V03) Para tener un ahorrito (sic). Para pagar la renta y eso.

(E) ¿Cómo le haces para venir desde Neza?

(V03) Me levanto temprano. Tengo mi tarjeta de descuento, no me cobran el pasaje. Porque en el Estado de México no hay apoyo de nada. De hecho, tengo pensado en venir a vivir a la Ciudad. Hay más apoyos aquí que allá.

(Min 41- 51)

(V03) Entrar a vender a los cafés no nos deja el reglamento de “Mi Valedor”. Pero si pedimos permiso en el café y nos dejan, se puede. En la plancha del Zócalo no podemos vender. Antes íbamos a Bellas Artes y como creo que hubo un problema con un “valedor” ya no podemos entrar.

Entrevista al “Valedor 04” (V04) / Realizada el 06 de marzo del 2019, 19:00h, Ciudad de México

(Min 00 – 10)

El “valedor 04”, al venderme la revista, comenzó contándome de su vida.

(V04) Yo empecé a tomar a los ocho años como juego en Michoacán. Mis papás tenían una destiladora de charanda y ahí fue cuando empecé aprobar el alcohol. Hasta que perdí todo, yo estudié y trabajé en Liverpool (tienda departamental) casi 20 años, pero en mi alcoholismo, pues perdí todo: matrimonio, perdí trabajo, hasta caer en situación de calle. Ya llevaba como ocho años en situación de calle.

(E) ¿Tú llevas un año en “Mi Valedor”?

(V04) Sí, un año limpio. Estoy rentando mi propio cuarto. Anteriormente, estaba ahí en la “Alameda Central”. Ahí me quedaba en las bancas alcoholizado, andaba todo sucio, todo mugroso, sin ninguna esperanza, sin importarme nada, nada más andar por el peso (moneda) “¿Me regalas un peso para comer?” Pero cuál para comer, era para (tomar). Llegaban los Hermanos y me regalaban ropa o me regalaban cosas para utilizarlo en mi persona. Al día siguiente iba a venderlo al “2 de abril” y pum (sic) iba a comprar la botella.

Yo me convertí en Cristo (sic), bueno, casi no me gusta platicar de eso, porque a veces hay muchas diferencias con que “Ay, eres católico. Eres cristiano...”. Yo me convertí en Cristo, ahorita en el transcurso de mi discipulado también llevo de comer a la gente y paso mensaje los domingos. Me han visto dando mensaje cristiano. Quizás yo te puedo hablar muy bonito de la Biblia y todo, si no, no viene al caso. Y ahorita llevo con ellos dos años, bueno, si no hubiera tomado esos quince días, porque yo empecé a tomar el primero de diciembre como al 12 de diciembre, ya hubiera cumplido dos años sin tomar, pero recaí 12 días. Navidad y Año nuevo tomé, pero dejé de ir como un tiempo a “Mi Valedor”, como 22 días, y dije no, ya estuvo. Hay que perder tantito la vergüenza y dar la cara.

(E) Es decir, ¿ya estabas en “Mi Valedor”, recaíste, dejaste de ir y volviste?

(V04) En la iglesia a donde voy si hicistes (sic) algo malo, tienes que reparar el daño, aunque tengas mucho orgullo y que sientas mucha vergüenza, ve de perdís (sic) a dar las gracias, porque sí me ayudaron bastante en “Mi Valedor” los talleres, me ayudó bastante para salir de mi alcoholismo. Vi que me recibieron bien. Si hubo así como “nos tenías desesperados” y eso me apachurró (sic) más. Pero dije, de aquí me agarro y ya no me suelto.

(E) ¿Tú colaboraste en la revista de “Hola Vecinos”?

(V04) Sí. Hice el cuento, es algo que sin querer queriendo (sic), lo hice en cuento, pero es una vivencia de la que yo vivo (sic). Aquí no pongo nombres que Pedro, Juan, Jorge, sino que pongo nombres de animales.

(E) ¿Tú propusiste esta historia?

(V04) Sí. Es real, pero adaptada en cuento.

(E) Cuando tú insertaste esta historia en la revista “Hola Vecinos”, ¿tú la propusiste o te la pidieron?

(V04) No, me dijeron el encargo del cuento sobre cualquier cosa, el tema era libre. Se me vino a la cabeza, a lo mejor el cuervo soy yo, el cuervo es el personaje que molesta a los vecinos, molesta a los niños, molesta a los cachorros. Busca la noche para hacer sus maldades, en su apariencia es muy triste, siempre está queriendo ser alegre y, a lo mejor, yo me reflejé en eso. En mi vida de alcoholismo era muy triste, siempre buscaba la oscuridad para salir de noche.

(E) Este cuento, cuando lo presentaste a las chicas, ¿les gustó? Y así como lo escribiste, ¿quedó?

(V04) No le movieron nada. En el cuento nada más es una hoja y a mí me dieron las dos. La encargada de textos le encantó el cuento, tal y como está así se queda y así se quedó. Aparte traigo la participación de diferentes fotografías en las revistas. Así fue como me ha estado ayudando “Mi Valedor”, así como los diferentes talleres, cuando me dijeron del cuento “nos pareció excelente, lo vamos a publicar” yo me quedé ... ¡aaah!

(E) ¿A ustedes les pagan por publicar?

(V04) No. Esta fue hecha por “valedores”. Nosotros propusimos el tema. Haz de cuenta, nosotros hicimos una mesa redonda de trabajo, proponemos algunos temas y sobre eso se hace una votación, esta votación ganó el nombre de “Vecinos”. Cada uno empezó a ver, ¿tú haces esto? Sí.

Esta sección es “Hecho por talleristas”, ellos son los que comentan lo que sienten trabajando con “valedores” o con gente en situación de calle. El contenido es “hecho por valedores”.

(E) ¿Cuántos “valedores” son en total?

(V04) Ahorita somos como cinco frecuentes, pero se unieron tres más, más una “valedora”. Totales desconozco, pero ahorita somos ocho frecuentes. Ahorita estamos recibiendo un taller en el Centro de Cómputo Digital, allá por Chapultepec, un taller de computación. Mi punto de venta es el Centro Cultural España. Estoy de lunes a sábado, estoy en la tarde.

(Min 11 – 20)

Aparte tengo un trabajo de limpieza en el metro Hidalgo, de 10 de la noche a 6 de la mañana, estoy encargada del grupo. Me ha ayudado a tener el trabajo, porque pago renta y ya tengo para pagar mi renta, más aparte las ventas de “Mi Valedor”, para pagar mi comida, ropa, luz, agua y todo. Ya me salí de la jugada de “vamos por unas chelas”, mis ex amigos de parranda (sic) ya todos me abrieron (sic) “Tú ya ni tomas, ya hasta Hermano te volviste”. Porque saben que me convertí en Cristiano. Les llevamos comida los viernes al Teatro Blanquita, no solo yo, sino otros de la comunidad cristiana. Y los sábados llevamos a donde yo me quedaba, ahí les pasamos palabras. Ellos también me han ayudado para ir dejando el alcoholismo. Al menos en mi vida como alcohólico, mi problema fue siempre eso, sentirme solo. El querer hablar y no saber con quien, el sentirme excluido de la sociedad. Eso lo aprendí en “Mi Valedor”.

En la revista de “La Gran Tenochtitlán”, yo hago mención precisamente a eso. Me hizo la entrevista una coordinadora de “Mi Valedor” para que yo recuerde cómo empezó mi vida. Tampoco lo modificaron, salió tal cual lo hablé. Yo soy originario de Michoacán.

(E) ¿Cómo llegaste a la Ciudad?

(V04) Me trajo mi papá. El fue Militar. En el cambio que tuvo, él se vino con toda la familia. De hecho, yo no conocí a mi papá, ni a mi mamá. Siempre viví con mis abuelos. Yo conocí a mis verdaderos padres a los 9 años y ellos me trajeron a vivir aquí. Yo no conocía a nadie, yo vivía completamente en otro mundo, en provincia, aquí llegué en los ochenta. Desde los ocho años empecé a tomar. Aquí también te comento, cómo me ha ayudado “Mi Valedor”, en el programa de locución de radio, ahí estuve como titular en micrófono. Yo después de que era bien tímido y ahí me solté, ya no hay quien me pare.

A pesar de los conocimientos, si no te actualizas, ahí te quedas. Ahorita no ha salido el programa de “La Voz de la Calle”. Ahí vamos, poco a poco. Teníamos una tallerista, de tapetes y me daban ganas de aventarlo, con hilos de varios colores, no me salía, bien desesperado, fui el último que entregó, pero el primero que se vendió. Es una desesperación grande.

(E) ¿Cuál ha sido el taller que más te ha gustado?

(V04) Uno que vimos, en donde compartimos todos “los valedores”. Hicimos una bolsa así de mandado, con cosas que te imaginan, con una caja, un pedazo de cinturón, que no sé de dónde salió, un botón que resultó un silbato de la vecina. Estuvo padre ese taller, porque todos participamos y estuvo chido (sic) ese taller. Todos han tenido su lado bueno. Está otro donde nos llevaron a donde está prestando su servicio, en el Centro, hicimos una frase sobre un pedazo de cuero y tuvimos que rotular con imprenta. Esos cuadros están en las oficinas de “Mi Valedor”, también quedó bastante bien. Hemos tenido eventos que sí nos ayudan. No me siento solo, a pesar de que trabajo y de la edad que tengo, aprendo a compartir con los compañeros.

Anteriormente, estaba en 16 de septiembre, nada más que siempre me andaban correteando los polis (sic). Como ellos nos tienen como vendedores ambulantes.

(E) ¿No les dan un permiso?

(V04) No, solo tenemos permitido vender en ciertos lugares. Si hay eventos, tengo que pedir permiso al de seguridad.

(E) ¿"Mi Valedor" no les da permisos para vender en la calle?

(V04) No. Nos ponen los lugares, yo puedo ir a vender a "San Cosme" porque yo quiero, pero si pasa algo... no se puede. Donde estoy ahorita me ha funcionado.

(Min 21 – 30)

(E) De contenido, ¿publicaste en otras ediciones?

(V04) Ahorita tengo en "La Gran Tenochtitlán", "Hola Vecinos" y tengo en "La jungla de Concreto" y en "Cosmópolis", tengo participación. En esta no tengo participación (sic) porque fue cuando me retiré como 22 días y ya cuando regresé ya estaba la nueva. Yo regresé a "Mi Valedor" el 15 o 16 de enero.

(E) ¿Saben cómo va a hacer la presentación?

(V04) No sé, lo va a manejar la coordinadora. A nosotros nos dejaron acá (afuera).

LA COSMOPEDA

Entrevista al “Asistente a la Cosmopeda 01” (AC01) / Realizada el 21 de abril del 2018, 21:00h, Ciudad de México

(Min 00 – 05)

(E) Este asistente a la “COSMOPEDA” asistió a este evento sin conocer mucho sobre la revista “Mi Valedor”. Supo más de este proyecto gracias a una conocida de él, que lo invitó a dicho evento. ¿Qué es lo que te llama la atención sobre “Mi Valedor”?

(AC01) Por lo que entendí, primero, las personas de calle participan haciéndola. Entonces, a mí lo que me gusta de eso es que ya la persona no es solo vender una galletita (sic) o algo, sino que está participando o creando. Es un proyecto que, en mi opinión les permite ser creativos, desarrollarse y expresarse. Te da más allá de autoestima, te da dignidad, te pone como ser humano de nuevo en la pista de que estoy haciendo algo propio, sobre mi historia y te da dignidad. Me gustó por eso, los apoya, pero no es solo asistencialista. Desde lo que yo percibí los hace partícipes y les da dignidad de reconocerse como creadores. Eso me encantó.

(E) ¿Cómo ves el contexto social mexicano? ¿Crees que es viable aplicar este modelo de trabajo?

(AC01) Este modelo se puede aplicar y como muchos proyectos en México, si tuvieran apoyo, sería ejemplos de cómo comunicar diferentes sectores de la sociedad. Para mí, lo fundamental de cualquier proyecto es que entre en una vena creativa. Y cuando puede hacer que la gente participe, no de una manera pasiva, sino, creando, eso tiene un efecto que no te importa tu clase social. Porque hay mucha gente que no está en situación de calle, pero no crea cosas y vive en una anestesia muy cabrona (sic). Este tipo de proyectos, si tuviera difusión, 20 minutos en las pendejadas de Loret de Mola (sic) o de algo así, los mexicanos y los chilangos (sic) en general participamos. Mucha gente te dice: “no sé en donde ayudar”, porque está cooptado, en mi opinión, igual y estoy muy conspirativo, pero los canales principales para enterarnos de cosas chidas (sic) donde podemos ayudar y aprender, están cooptados. Hay pura mamada (sic), es mi opinión sesgada.

Este tipo de cosas genera comunidad, genera encuentro, genera sorpresa y para mí, en el contexto, si quitaras ese tapón, porque yo lo veo como un tapón (sic), no te digo que va a ser apoyado por todo el mundo, pero sí tendría un mayor éxito y mayor participación de la gente.

Simplemente Veracruz, las mujeres que les dan tortas a las personas que vienen “En la Bestia” y nadie ha difundido. Yo creo que sí tenemos un ADN muy solidario, pero también tenemos una pinche banda en una burbuja que apaña todo (sic) y está en otro canal.

(E) ¿Cómo ves la participación y la expresión en México, sobre todo de sectores sociales que se piensa que no las tienen?

(AC01) Esta Ciudad tiene, con poquito la banda es guerrera. Y todo el mundo en esta Ciudad se expresa. Con el grafiti en el muro, la expresión y la libertad ahí está, pero, ¿por qué no tiene un orden y un cauce? Porque la parte de distribución para grandes audiencias está cooptada. Yo siento que esa es la atención de nuestra Ciudad y nuestro país. Tenemos una población muy activa, muy inquieta, gritando en todos los problemas y en las cosas bonitas que nos pasa, y también tenemos una élite en una burbuja. Ese es mi análisis personal.

Yo siento que hay una separación que se sigue rompiendo, pero todavía falta más. Para que el mainstream (sic) se anime a entrarle a las venas de esta población y quitar este pedo paternalista (sic) y enfrentarnos a la realidad. Con ese riesgo de no saber qué nos van a gritar o qué nos van a decir. Muy probablemente somos responsables del 70 u 80% de lo que nos grite, pero si lo dejáramos fluir, yo siento que evolucionaríamos. Porque tenemos la vena solidaria, y a partir de eso, todo el conservadurismo que tengamos se rompe porque al final ser solidarios significa tener compasión y creo que eso puede más.

(Min 06 – 08)

(E) Desde afuera y con poco conocimiento con “Mi Valedor”, ¿cómo ves el proyecto de “Mi Valedor”?

(AC01) Para mí es un medio muy correcto de decir “vamos a ayudar”. Pero no tomando al que vas a ayudar como un objeto, sino es un sujeto. Alguien que va a participar. Ayudarse es apoyar a que la otra persona agarre pie (sic). Yo creo que el ser humano, no con un trabajo en el OXXO, sino con un trabajo creativo se dignifica. Este es un proyecto del cual el tono es correcto, la intención correcta. Ojalá más personas se interesen por comprarlo y apoyarlo. Participar, encontrar. Todo proyecto chingón (sic) de comunicación es encontrar realidades que se comuniquen. Mañana leeré la revista. A esto hay que apostarle.

Entrevista al “Asistente a la Cosmopeda 02” (AC02) / Realizada el 21 de abril del 2018, 21:00h, Ciudad de México

(Min. 00 – 08)

(E) ¿Cómo conoció “Mi Valedor”?

(AC02) Lo conocí por medio de mi sobrina, que está muy metida en este tipo de eventos de ayudar a al gente. Nosotros estamos muy metidos en el asunto del voluntariado y de ayudar a la gente, ella nos invitó un día a la venta de una revista.

(E) ¿Cómo fue este evento de la venta de la revista (Vendor Week)?

(AC02) Ese día que fuimos había mucha gente en el Parque México, en la Condesa. Nos hicieron formar grupos y nos dieron revistas para vender. Lo que a mí me llamó la atención es que, en cada grupo, había un “valedor”. Nos dieron una pequeña reseña de lo que se trataba la venta y el proyecto, antes de ir a vender la revista.

Mucha gente que fuimos éramos gente nueva que no estamos muy metidos en el proyecto, pero que nos gusta ayudar.

(E) ¿Usted cómo cree que ayuda la revista a las personas en situación de calle?

(AC02) Para mí el proyecto es muy bueno. El proyecto me sorprendió. No sabía que existen este tipo de proyectos en la Ciudad, me llamó la atención porque yo pienso que es darle una oportunidad a personas que no la tienen. No es darles todo fácil, porque también ellos tienen que trabajar. “Te ayudo, pero tú también tienes que salir de esa situación si te interesa”, porque con “el valedor” que nosotros fuimos nos decía que hay muchos que no les gusta, que para ellos es mejor es seguir en la situación de calle, que meterse a ese proyecto, pero que también les ayuda mucho porque en este proyecto no hay jefes, no hay horarios, ellos son sus mismos jefes, ellos ponen sus horarios y ellos si trabajan, van a obtener su propio ingreso.

(E) ¿Usted ha leído la revista? ¿Qué es lo que más le gusta?

(AC02) Sí. Me llama la atención la fotografía y los artículos. Sobre todo la fotografía.

(E) ¿Cómo cree que ayuda “Mi Valedor” a las personas en situación de calle?

(AC02) Mucho. En la primera revista, mucho de los “valedores” escribían en ella, y creo que lo siguen haciendo. ellos mismos toman las fotos y se auto-emplean. Ellos cuentan sus historias y hablan de muchos temas. Ellos se dan cuenta de sus aptitudes, que pueden hacer mucho. No sé la historia que tienen detrás,

yo siempre que veo ese tipo de gente me pregunto “¿Qué pudo haber pasado en su vida para que ellos hayan caído en ese tipo de vida? (sic) Y bueno, en las revistas hablan sobre sus historias. Les ayuda mucho. Es una oportunidad muy grande para los que quieren salir de esa situación.

(E) ¿El contexto social en México ayuda a la revista “Mi Valedor”?

(AC02) Sí los ayuda. Pero hay mucho mito, mucha gente no quiere apoyar. Los que más apoyan son jóvenes. Los adultos como que ven a esa gente como “Yo, ¿por qué tengo que ayudarlos?” La vez que nos tocó vender a nosotros fue muy difícil, y eso que fue en la Condesa, en el Parque México y nos dieron cinco revistas. No te estoy hablando que nos dieron 50, y no sabes el trabajo que nos dio venderlas en la Condesa, en donde el poder adquisitivo es muy alto. Muchos nos ignoraban.

(E) ¿Cómo ve a futuro el proyecto de la revista?

(AC02) Yo espero que esto siga y que vaya para más. Que sigamos apoyando, por ejemplo en este tipo de eventos. Cuando nos convoquen a las ventas, volanteando (sic), para que ellos se acerquen a este proyecto. Ojalá y crezca, que no se caiga. Estas chicas que están al frente son muy luchadoras.

(E) ¿Cuáles son las fortalezas de “Mi Valedor”?

(AC02) No sé, a lo mejor nosotros. Yo creo que es que ellos quieran otro tipo de vida, que quieran salir de donde están. Que se den cuenta que pueden hacerlo, que tienen gente atrás que los apoya, que está haciendo todo esto por ellos.

Entrevista al “Asistente a la Cosmopeda 03” (AC03) / Realizada el 21 de abril del 2018, 21:00h, Ciudad de México

(E) ¿Cómo te enteraste de “Mi Valedor”?

(AC03) Hice un diplomado de Gestión cultural hace dos años con un amigo, que imparte los talleres de teatro a los “valedores”. Me invitó a colaborar en el proyecto. En el “Día de Mi Valedor” (Vendor Week) que es cuando vendemos la revistas, yo empecé como voluntaria, yendo a los comedores comunitarios a invitar a los muchachos en situación de calle para que se unieran al proyecto.

(E) ¿Cuáles fueron las temáticas que más te llamaron la atención de “Mi Valedor”?

(AC03) La recuperación de los espacios públicos, donde ya se están perdiendo y se están cerrando en el Centro Histórico, donde “los valedores” jugaban o conversaban. Con esto de la “gentrificación” los han estado rezagando y aventando a la periferia. La revista “Mi Valedor” lo que trata es rescatar a estos muchachos que, igual no tienen trabajo y los está volviendo a integrar a la sociedad con todos estos recursos – talleres – para que se integren a la sociedad de nuevo, pero más seguros de ellos y que recuperen la confianza en la sociedad que han perdido.

(E) ¿Cómo fue tu aportación con “Mi Valedor”?

(AC02) La primera vez que me acerqué, decíamos que lo que nos faltaba mucho era la difusión con los muchachos en situación de calle. Lo que yo propuse, porque yo trabajo cerca del Centro Histórico – hay un comedor comunitario cerca de Garibaldi que se llama “La Conchita” – ahí hay un lugar donde los muchachos van a comer ciertos días de la semana, con ciertos horarios. Ahí era donde nosotros íbamos y volanteábamos (sic). Así comenzamos a acercarnos con los muchachos. El acercamiento fue muy complicado, porque cuando te ven, inmediatamente desconfían. Yo les invitaba a integrarse y les daba la revista y se la querían quedar, y sí, con toda confianza se las entregábamos, pero nada más las revistas que yo tenía de muestra, para que las vieran y confiaran en nosotros. Porque este proceso es lento para que ellos puedan confiar en nosotros. Y cuando ya tenían la confianza, sí iban y se acercaban y preguntaban. Lo más bonito que yo pude rescatar son las personas que conocí en ese comedor.

(E) ¿Qué dificultades encontraste cuando te acercaste con los “valedores”?

(AC03) La confianza. Ellos han perdido la confianza en la sociedad, también el autoestima. Era muy difícil entablar una comunicación con ellos. Creo que lo más importante, cuando tú te metes a un proyecto como estos, estás consciente de que no debes de tener miedo de integrarte a estos espacios que son solo de ellos, porque los tienes que ver como un igual. A pesar de que han sufrido problemáticas que igual,

nosotros pudimos haber sufrido en otro momento, somos iguales. La mayoría de nuestros compañeros que iban de voluntarios, iban muy abiertos, no tenían miedo y eso genera un poco de confianza en los muchachos para poder integrarse al proyecto.

(E) ¿Cómo ha sido tu colaboración con “Mi Valedor”? ¿Qué más has aportado al proyecto?

(AC03) Yo trabajo en la Dirección General de Promoción Cultural y Acervo Patrimonial, la Secretaría de Hacienda tiene esta dirección, tenemos unos inmuebles donde damos talleres o hay eventos culturales. En estos espacios lo que nosotros hicimos fue visibilizar el proyecto, hubo dos días de presentación del proyecto de “Mi Valedor”. Está en la cartelera de la Secretaría de Hacienda, donde se presentó el proyecto, fueron algunos “valedores” a contar sus historias a la gente y público en general. Estuvo la coordinadora del proyecto y explicó cómo surgió el proyecto. Estos espacios son para visibilizar ciertos proyectos sociales que son buenos para todos.

(E) ¿Qué fortalezas ves en el proyecto?

(AC03) El proyecto es muy bueno. Al principio era difícil que se estableciera. La gente no lo conocía, tratamos siempre de trabajar en la difusión. Lo importante es que la gente comience a colaborar con las personas que tienen problemas de situación de calle, y que no lo vean como una moda, sino como la ayuda de algo que puede empezar con “Mi Valedor” e integrarlo y hacer más proyectos. Creo que “Mi Valedor” es la primera etapa para que cualquier voluntario o lector de la revista descubra qué hay más allá de una persona en situación de calle, cuál fue su historia y cómo cualquiera de nosotros podemos caer en esa misma situación. Tratar de humanizarnos un poquito más.

(E) ¿Qué es lo que más te gusta de “Mi Valedor”?

(AC03) Los muchachos siempre han estado involucrados en la edición de la revista. Pero últimamente ellos se han visto más involucrados porque ellos ya toman sus fotografías, las historias que cuentan ya tienen otro perfil, porque los están capacitando y les están dando otros talleres. Son más abiertos, los muchachos que entran aquí ya no lo quieren dejar, se sienten acompañados, sienten que han crecido en el desarrollo de algunas capacidades que tienen. La colaboración que tienen los muchachos con la edición de la revista, para mí, es lo más importante que se puede rescatar en este proyecto.

Entrevista al “Asistente a la Cosmopeda 04” (AC04) / Realizada el 21 de abril del 2018, 21:00h, Ciudad de México

(Min. 00 – 08)

(E) ¿Cómo se enteró del proyecto de “Mi Valedor”?

(AC04) Por mi hija. Ella me invitó. La primera vez que vine a este lugar a un evento de “Mi Valedor” iba a tocar un amigo mío, y yo quise venir a verlo. Me parece un proyecto bien importante, bien interesante y sobre todo que los jóvenes ya estén involucrados en tantos proyectos para sacar adelante. Yo siempre he estado en algunos proyectos, tratando de ayudar a personas que están en situación difícil.

(E) Usted, ¿a qué se dedica?

(AC04) Son pensionada y voluntaria en los hospitales de la colonia Doctores. Voy a una Casa de adultos mayores, tomo clases. Hago muchas cosas que me encanta hacerlas, apoyando proyectos que a mí me parecen interesantes.

(E) ¿Qué es lo que le parece más relevante de “Mi Valedor”? ¿Cómo cree que ayuda a las personas en situación de calle?

(AC04) Creo que sí hay varios, yo conozco a varios de “mis valedores” (sic) porque he ido al Parque México, cuando se reúnen ahí, he ido a vender revistas. A mí me parece algo... La verdad, para mí, entender que lo difícil que es. A mí me tocó ir y ofrecerla (la revista) y te dicen “No, gracias.” “No me interesa.” O sea, ponerte del otro lado de las personas para entenderlas, hacer lo que ellos hacen para entenderlos, es bien bonito. Ahí conocí a varios y platicué con ellos. Incluso, yo, alguna vez que tuve un trabajo en la Casa del adulto mayor, fue acerca de uno de “mis valedores” (sic) que acaba de conocer. Me interesó tanto su historia y la retomé para difundir. A mí me dicen “tú tienes todos los conocimientos, lo que tienes que hacer es dárselos a los demás, ¿qué hay? ¿Qué proyectos hay?”. He platicado con ellos y verlos que van saliendo lo difícil que es, que ya son otras personas, es decir, sí vale la pena. A mí, a veces me da, como madre, me da (sic) que mi hija vaya a unos sitios en donde ellos están. Me dice mi hija “Hoy voy a ‘La Conchita, mamá.’, pero jamás le he dicho “Qué miedo, no lo hagas”, sí me pone a pensar por la situación, pero aún así la apoyo. Ver que lo que ella hace da frutos y eso lo vez cuando platicas con ellos.

Además, eso es bien enriquecedor sus historias. A mí me parece que nosotros nos quejamos de nuestra vida, pero cuando ves a esa gente, como yo te digo en los Hospitales que dices (sic): “Yo, de qué me quejo si de verdad hay gente mucho más difícil de la vida (sic) para ellos”.

(E) Cuando usted conoció a la “valedora”, ¿qué fue lo que conoció de la “valedora”?

(AC04) Estuvimos platicando, incluso en la revista, cuando en ese número que saca ella su historia de cómo vivió con su abuelita y toda su historia, cuando su mamá en un momento no la apoyó como ella hubiera querido, y su abuela fue quien la sacó adelante. Me impresionó cómo habla “la valedora” inglés. De verdad, impresionante, pero porque vivió allá mucho tiempo. Esos son los ejemplos que dice uno: “Ellos sí han vivido situaciones muy difíciles y aquí están, salen adelante, tienen ganas de hacer muchas cosas.”

(E) Usted, ¿ve fortalezas en el proyecto de “Mi Valedor”?

(AC04) Sí, bastantes. Sí funciona el proyecto. Por lo menos una persona que yo vea que... (sic) Hay otro de “mis valedores” (sic) que tiene una facilidad para vender y para convencer a la gente, y a mí, eso es una fortaleza. Saber que tú tienes la capacidad desconocida. Tú no sabías que puedes hacer eso y el proyecto te está enseñando los cursos de fotografía y pintura. Eso es lo que tienen ellos a favor para sacar a estas personas adelante. No es solo llevar y darles comida, sino, enseñarlos a que pueden hacer muchas cosas. La revista la hacen ellos, la fotografía, los reportajes, las historias son de ellos, es una revista hecha por “Mi Valedor”.

(E) ¿Qué es lo que más le gusta de “Mi Valedor”?

(AP04) Lo que más me gusta es darme cuenta que hay gente y jóvenes que están interesados en la gente. Esa forma de pensar de la gente de que los jóvenes no hacen nada y no sé qué. Yo veo todos estos proyectos y son de jóvenes, entonces, eso es lo que me gusta. Darme cuenta de que no todo está perdido, de que nuestra juventud de México está tratando de componer lo que nosotros, en algún momento, no pudimos hacer o descompusimos.

(E) ¿Cómo ve el clima social en México? ¿Es viable para que se aplique el proyecto de “Mi Valedor”?

(AP04) El clima social a veces no es tan fácil. Hay mucha gente, y no hablo de los jóvenes, sino, mucha gente y apatía. Hay gente que no quiere participar y te dan muchas excusas. Sí es difícil poder meter proyectos, porque este de “Mi Valedor”, yo creo que a veces te decepciona, ves que no resulta, como lo que te decía de que la gente vas y le platicas del proyecto y les ofreces el producto y son tan indiferentes, o sea, la verdad, eso no me gusta tanto. Esa es la parte que yo digo, mucha parte de lo que somos y pasa en México es culpa nuestra.

Entrevista al “Asistente a la Cosmopeda 05” (AC05) / Realizada el 21 de abril del 2018, 21:00h, Ciudad de México

(E) ¿Qué es lo que más te llama la atención de “Mi Valedor”?

(AC05) Me gusta mucho lo que hace “Mi Valedor”. Sobre todo que se mantenga, porque es difícil que una revista dure más de un año. Quiere decir que está haciendo cosas bien.

(E) ¿Cómo te enteraste de “Mi Valedor”?

(AC05) Fue hace un rato. Conozco a una de las chicas que hacen la revista. Me llamó la atención el proyecto, vi la revista, me parece increíble. Hace poco colaboramos con ella en la editorial.

(E) ¿Cómo fue esta colaboración?

(AC05) Llevamos un proyecto para una marca, en la que justo hacemos entrevistas a proyectos que hacen este tipo de cosas por la comunidad y los llamamos a ellos, porque nos gusta mucho el proyecto.

(E) ¿Cómo crees que “Mi Valedor” se aplique al contexto social mexicano? ¿Es viable?

(AC05) Sí, yo creo que es viable. Se ha hecho en otros países y yo creo que en México aplica súper bien. Es un proyecto que trabaja mucho con la reinserción, no solo desde la publicación, sino que también da talleres y hace este tipo de eventos en donde ayuda a que haya comunidad.

(E) ¿Qué es lo que más te gusta de “Mi Valedor”?

(AC05) La publicación me gusta mucho. Me gusta todo lo que hacen alrededor, como los talleres y la gente que lo hace lo hace muy bien y se ve. Si no, no hubiera durado tanto tiempo y si no, no hubiera tenido este impacto que ha tenido.

(E) ¿Cómo crees que ayuda, la revista, a las poblaciones callejeras?

(AC05) Me ha tocado ver que hay gente en situación de calle que está vendiendo la revista y se las compro porque ellos mismos, como que están orgullosos de la publicación. Me tocó una señora que me decía “Es que traigo estos tres números, pero te recomiendo que compres este, porque es donde yo hice una publicación”. Como que ellos están orgullosos de lo que están haciendo y se ve. Lo venden y al final ayuda a toda la comunidad, desde los que la hacen hasta los que la venden. Ahorita nosotros también estamos aprovechando la revista de esta forma.

(E) ¿Cómo crees que ayude la revista en un futuro? ¿Crees que dure más tiempo? ¿Cuáles son sus fortalezas?

(AC05) Sí, yo creo que tiene muchas fortalezas y al final es algo que puede seguir y se puede mantener muchos años, porque al final la situación de calle es algo que va a estar ahí siempre. Creo que tiene muchas fortalezas, creo que lo están haciendo muy bien y yo los veo como un proyecto a largo a plazo por lo mismo.

(E) ¿En dónde adquiriste la revista?

(AC05) Estaba en una exposición y en el baño llegó una señora que me la vendió súper bien, porque me dijo que ella había colaborado en uno de los números. Se la compré en ese momento.

Entrevista a una Coordinadora de “Mi Valedor” en la “Cosmopeda” (CMV) / Realizada el 21 de abril del 2018, 21:00h, Ciudad de México

(Min 00 – 08)

(E) Es parte del equipo de la revista “Mi Valedor”. ¿Por qué iniciar el proyecto de “Mi Valedor” en México?

(CMV) La iniciativa surgió de otra coordinadora, quien estuvo en Inglaterra y se enamoró del modelo social de las revistas callejeras. Yo ya conocía el modelo, pero realmente me uní al proyecto para ayudar a adaptarlo a México. Editorialmente, todo pasa en las calles de México. Es súper interesante y muy fácil hacer una revista de fotografía, salir a las calles y retratar la vida común y corriente aquí. Y socialmente fue un reto adaptar el modelo a lo que es la Ciudad de México y lo que es la calle aquí.

(E) ¿Qué temáticas tiene la revista “Mi Valedor”?

(CMV) Principalmente urbano-cotidiano. Cada edición trata un tema distinto. Ahorita la edición es “Cosmópolis” y se trata de todas las influencias extranjeras en la Ciudad de México. Tiene mucha influencia de extranjeros, desde libaneses hasta chinos, poder festejar un poco esa diversidad. Hay otros que son los sonidos, que es uno de mis favoritos, porque la oferta de sonidos que hay en la calle.

(E) A tres años de “Mi Valedor”, ¿cómo crees que ayuda a los “valedores” que están en el proyecto?

(CMV) Va variando mucho. Ya hay un programa de ahorros que les está ayudando a cada uno con sus metas personales. Varios han logrado tener alojamiento de más calidad. Algunos de la calle al albergue. Otros del albergue al cuarto rentado. Dos “valedores” que se conocieron en el proyecto de “Mi Valedor” ahora viven juntos. Hay un poco de todo.

En cuanto a los talleres que ofrecemos, hemos visto cómo han ido adquiriendo las habilidades sociales algunos que se encuentran deteriorados. Y más que nada, la auto-confianza. Se entrevistan. Ahora nos representan en este tipo de entrevista, por ejemplo, muchos de los “valedores” ya se animan a hacerlo.

(E) ¿Qué fortalezas le da la revista a los “valedores”?

(CMV) Al vender una revista en la calle de mano en mano, crea encuentros. Una persona que ha sido alejado de la sociedad en general, de repente tiene una excusa para acercarse a alguien y tener una conversación. Muchos nos comentan que, aunque no salen con la venta (sic), disfrutan mucho la conversación que surge de vender la revista. La autoconfianza, las habilidades que van trabajando.

En el Centro Creativo trabajamos varias habilidades con ellos para prepararlos para el mundo laboral. Para los que quieran y tengan la capacidad, en algún momento adquieren un trabajo más formal. En “Mi Valedor” se puede practicar todo lo que involucre las habilidades que requiere un trabajo, como la puntualidad o la disciplina.

(E) ¿Cuál ha sido la aportación de usted con “los valedores”?

(CMV) No sé. De repente soy muy estricta con todo. Teniendo parte del cargo en la revista es muy importante poner las reglas. La disciplina, podríamos decir. De cosas más divertidas, yo les apoyo con talleres de fotografía y hemos preparando varias ediciones. Nos ayudan a hacer la lluvia de ideas y planeamos juntos a dónde vamos a salir, qué tipo de cámara vamos a usar, qué estamos buscando. Ellos también aportan mucho a mi proceso fotográfico. Todo es un intercambio.

(E) En tres años, ¿qué cambios has visto en “los valedores”?

(CMV) Por lo general, todo es positivo. Como te comenté, lo del alojamiento ha sido un súper logro. Varios han encontrado otras chambas (sic), nada así formal, pero es largo el camino y todo se hace a largo plazo. Todos han tenido la confianza de encontrar chamba de limpieza, lava platos, de ese tipo de cosas y entonces están complementando el ingreso de la revista con otras cosas (sic). Metiéndose a trámites más formales, papeleo que antes no habían tocado. Algo muy emocionante, de hecho, es que dos “valedores” se han reunido con sus familias a través de la revista. En un caso un hijo, en otro un sobrino se enteraron del proyecto y vieron que sus familiares estaban involucrarlos y vinieron a buscarlos. Esto ha sido muy bonito para nosotros, reunir familias.

(E) ¿Quiénes son estos “valedores” que se reunieron con su familia?

(CMV) Prefiero no decirlo.

(E) ¿Qué esperas del proyecto a futuro?

(CMV) Hemos visto el nivel a que ha llegado en otros países y nosotras aspiramos a eso, a llegar totalmente concretado. Cómodas en cuanto a dinero, que siempre es una dificultad. Tener una base más fuerte de “valedores” constantes y que les veamos saliendo a otras chambas más formales. Nuestro sueño sí sería tener el Centro Cultural donde podemos formalizar las actividades culturales que estamos haciendo con los “valedores”. Si lo quieren abrir el proyecto en otro estado, estaríamos felices de capacitar a nuevos grupos editoriales y sociales para que “Mi Valedor” exista en toda la República.

Presentación de la revista “Hola Vecinos” / Realizada el Realizada el 06 de marzo del 2019, 19:00h, Ciudad de México

(Min 00 – 16)

(Moderador 1) Esta es la presentación del número 21 de “Mi Valedor”. Dando una introducción muy general para quien no tope (sic) a “Mi Valedor”, es una revista callejera, con fines de apoyar principalmente a poblaciones vulnerables y de calle. Es única en México hasta ahorita, es muy lindo y voy a empezar con “Moderadora 2”, es socia fundadora, fotógrafa y directora del área social de “Mi Valedor”. Quería preguntar a manera de introducción, acerca de la edición hecha por “valedores”, ¿cómo fue el proceso editorial?

(Moderadora 2) Hola a todos. Gracias por venir. Veo muchos amigos, voluntarios, nos da mucho gusto que puedan estar. Para los que tal vez saben menos, como mencionó “Moderador 1”, esta es la segunda revista hecha por “valedores”. A la par de la venta de la revista, también tenemos un Centro creativo, ofrecemos muchos talleres de diferentes tipos con el objetivo de fomentar las habilidades sociales que a veces se pierden por situación de exclusión y también para que los mismos vendedores y vendedoras puedan ser partícipes en el proceso editorial. De por sí los “valedores” tienen oportunidad de participar en todas las ediciones de la revista. Una vez al mes, aproximadamente, hacemos recorridos de foto y hay muchos talleres de escritura también, pero una vez al año, hacemos una edición especial, que está totalmente producida por “valedores”. En 2017 hubo “Correteando la Chuleta” para los que se acuerdan, y eso sí se trataba de cómo sobrevivir esta Ciudad. “Hola Vecinos” es el segundo de este tipo y básicamente los “valedores” son partícipes en cada paso editorial de esta edición, desde escoger la edición, tuvimos un taller con lluvia de ideas de diferentes potenciales temas y luego pusimos tres de los temas más populares, pusimos tres a votación entre los “valedores”. Ellos escogieron totalmente el tema de “Vecinos” y vamos a ahondar más en este tema. A grandes rasgos, hubo un taller por sección de la revista. O sea, hubo un taller de cuento, un taller de crónica, un taller para la sección sonidera (sic) que es de música. El “Tallerista 1” nos va a platicar más ahorita de eso y muchos recorridos fotográficos, porque como saben, la revista tiene un 70% de fotos. Vamos por toda la Ciudad buscamos contenido. A grandes rasgos se trata de esto.

(Moderador 1) Hubo un taller de foto-texto y aquí en la sección de foto-texto a cargo de “Valedor 1”, entonces, si te gustaría leerlo te pasamos el micrófono. Habría que ver la foto, pero creo que es interesante el ejercicio de no ver la foto y escuchar el texto a ver qué se imaginan

(Valedor 1) El texto se titula “Mudanzas” y... (Comienza a leer el foto texto de la edición “Hola Vecinos” escrito por ese “valedor”)

“Esta es la esquinas, donde todos llegan y se van.

Calles tranquilas, de vida sin sobresaltos, aún.

Y en este cruce de caminos, la casa. Espacio que queda vacío, porque se fueron los amigos niños, ya siendo adultos.

Acaso quedaron los fantasmas y los instantes yéndose poco a poco al barrio de la memoria.

Alguien buscaba y aquí encontró lo justo.

Casa nueva – bueno, de poco uso y en buen estado- para no tener otra vida.

No sabemos si quieren olvidar, o simplemente seguir de manera distinta.

Los muebles se ven ansiosos, buscando espacio para probar otros polvos nuevos.

No vemos a nadie, pero en la ventana se presiente que un rostro se asomará para ver a quienes buscan verlos.

El remolque solo aguarda con cierta ansiedad pues teme quedarse abandonado.

Parece incluso que no hay nadie más, que todo es un momento congelado.

Y el tiempo, que en su oficio de cambiar las cosas, nos comenzará a contar la nueva historia de los desconocidos que han de pasar del “ellos” al “nosotros” que vive en este vecindario.”

(Moderador 1) A continuación, paso con el “Tallerista 1”, investigador y ensayista. Hace su investigación en general (ininteligible) ¿Qué fue el tema central?

(Tallerista 1) Primero que nada, gracias a todos los presentes, al equipo de “Mi Valedor” y “valedores”. Es muy bonito estar aquí y ver materializado este número, que también resulta muy interesante por haber conocido la labor detrás de los talleres que se realizaron y cómo hubo una (ininteligible). También haber dejado una semillita (sic) por lo menos de observación y escucha con respecto en la Ciudad. ¿Cómo fue el taller? Realmente y de hecho, paralelo a este número en un lugar que yo colaboro (ininteligible) resultó muy interesante porque fue poner en práctica algo que yo llevo desarrollando desde hace unos años que es una crítica y una reseña a lo musical desde una perspectiva sonora. Normalmente cuando se escribe de sonido, se escribe sobre lo que me gusta, lo que no me gusta y ahí digamos, en el periodismo musical hay un vicio de reseñitis (sic), de querer imponer ideas y gustos, en lugar de compartir experiencias. El taller que de alguna manera impartí a los “valedores” aquí presentes, de alguna manera lo que busqué tallerear (sic) con ellos era encontrar la musicalidad en el paisaje sonoro cotidiano de la Ciudad. Ha habido a lo largo de los últimos años distintas experiencias donde se retoma el paisaje sonoro como parte de la música

(ininteligible, suena una máquina preparadora de café). Al momento de hablar de “Vecinos”, ¿cómo vivimos a los vecinos desde una manera sonora? Es decir, en la Ciudad de México, al final de cuentas, los sonidos... los vecinos los escuchamos, aunque no los veamos. Sabemos mucho de nuestros vecinos por sus hábitos sonoros. Sabemos cuándo llegan del trabajo, cuando están alegres, enojados, sabemos mucho de las dinámicas familiares a través de esto. Sabemos de repente, no sé, cuando empieza a haber indicios de una fiesta (ininteligible). Generamos afinidad o rechazo, incluso sin conocer a los vecinos, ¿por qué? Porque a través de los sonidos conocemos. Eso era mucho lo que a mí me interesaba desarrollar con este taller.

¿Cómo, de repente, llegamos con prejuicios? Juzgamos a la gente por el tipo de música que escucha y coincidió este taller y coincidió también en todas estas reflexiones con la, entrecomillas, crisis de migrantes. Mientras que por una parte toda esta actividad de juzgar a los migrantes como estos extraños que nos están invadiendo, me enteré de varias actividades que hay en Tijuana, en Oaxaca de cómo generar dinámicas de inclusión con los otros países. Como generar, en las plazas públicas, paisajes sonoros con la música que ellos escuchaban para integrarlos y generar situaciones de confort, más situaciones de familiaridad de un estado a otro país. Mucho de esto tallereamos (sic) cómo de repente podemos decir “Ah, ese tipo es naco porque escucha ese tipo de música” o “No me cae bien, porque escucha tal tipo de música”. Como también en la plática fue muy rico, que pasamos de José Alfredo y José José, hablamos de grupos metaleros, Pérez Prado, electrónica, jazz (ininteligible) Fue muy enriquecedor la manera en cómo construimos barreras a partir de lo sonoro y lo musical y cómo a través de la música nos permite romper barreras y permitir y de alguna manera eso fue grato de leer el texto del “valedor” que lo escribió, titulado “La vida es un carnaval y el palpitar de mi corazón es su música”. Construimos de unos años para acá, yo creo que el principal medio de comunicación después de la palabra y el texto es la música (ininteligible). Yo estudié comunicación y no es algo que se vea. Hay mucha responsabilidad al momento de escribir por música y sonido, porque estamos apelando a las emociones, además es más visceral, además estamos apelando a memorias, momentos de placer y momentos tensos o conflictos con los vecinos. O los músicos que están en la calle (ininteligible). De alguna manera se tallereó (sic) y me enseñaron más ellos, que yo, de la experiencia, porque viven la calle y cotidianamente. De alguna manera es también darnos cuenta de cómo en la cotidianidad, damos por sentados ciertos sonidos, pero cuando los dejamos de tener, los extrañamos. Entonces, de alguna manera, porque no quiero acaparar mucho, la intención del taller, de la columna y la intención de lo que ha sido la experiencia sonidera (sic) en “Mi Valedor” es justo recordar que hay muchas formas de vivir con sonido y música en la Ciudad, es una invitación a todos que reflexionen de esa manera y que reconozcan los prejuicios, como dice “Café Tacvba” (ininteligible). “Algún día te arrepentirás de todas esas cumbias que no bailaste” (ininteligible). La música, por más que digamos que escuchamos un estilo de música, escuchamos los estilos todo el tiempo, es una invitación a

que los disfrutemos de esa manera. Nuevamente, muchas gracias a los “valedores”, fue un taller que me dejó con muy gratas experiencias y que espero que se plasme como lectores en esta revista.

(Min 17 – 35)

(Moderador 1) Gracias. Es muy relevante, en “Casa Equis” (lugar donde se llevó a cabo la presentación de “Hola Vecinos”), el fundador de este espacio vive y trabaja en el mismo lugar. Cuéntanos sobre cómo se desarrolla tu vida.

(Participante 2) Es un poco complicado, pero súper contento (ininteligible). [El micrófono no servía en ese evento y este participante hablaba muy bajo]

(Valedor 2) Tengo una anécdota, cuando me mudé (ininteligible) dos tres meses, más o menos, en el cruce de Insurgentes y Reforma para lo que es otro parque que está muy cerca de la Juárez (sic), ahorita dentro de los amigos, hay unos muy especiales con los que me reúno cada que tenemos un rato libre. Contamos chistes, de repente estos amigos como son músicos, ahí andamos así. (ininteligible).

(Moderador 1) Tú, “valedor 2” apareces hasta atrás en la revista “Hola Vecinos y en tu artículo hablas sobre tu experiencia de calle con la canción de “Welcome to the jungle – Guns & Roses” y eso me hace cómo pensar, si la Ciudad es una jungla, ¿cuál crees que sea el rey de la jungla o la reina?

(Valedor 2) Yo lo menciono (ininteligible) dentro de la teoría de Darwin, de adaptación de las especies. Actualmente quien es el rey o la reina de esta jungla de concreto, es quien mejor se adapta a ella para sobrevivir. No lo menciono en la reseña, pero para poder sobrevivir en la calle hay que ser un medallista olímpico en varias disciplinas. (ininteligible) El mejor que se adapte en la realidad, quien sobrevive a las drogas y a los vicios, es quien mejor se puede encontrar. No todo es malo. Tiene uno que ser muy fuerte y resistente (ininteligible).

(Moderador 1) Para abrir con conversación para que todos habláramos, yo, en lo personal, siendo muy honesto, me siento mal vecino, me siento poco involucrado. Me siento amable, soy educado, pero soy distante. Es mi educación, mis papás, no sé, pero mi relación vecinal es un tanto tensa. El sábado justo, no dormí, karaoke justo al lado, me gusta hacerlo, pero cuando me lo hacen, no. Es una sección de problemas vecinales.

(Valedor 1) [Ininteligible] Yo, vengo de Neza y a veces cierran las calles para hacer una fiesta (Inaudible, el tono de voz del “valedor” es muy bajo y la gente murmulla).

(Tallerista 1) Al final del día, de lo que se trata es de llevar la fiesta en paz. En el sentido de que, más en un país como México, nos gustan las fiestas y el escándalo, es de reconocer los límites. De repente a uno

de los “vecinos” le toca hacer la fiesta, hoy le toca a él, otro día yo hago la fiesta, etc. Cuando se empiezan a traspasar los límites de los demás, es cuando empieza el problema. Es por eso que México es un país que tiende a ser violento, en cuanto a lo sonoro y musical para los vecinos. Hay muchas discusiones que si los cuetes en las ferias, todo el tiempo estamos negociando. Cuando no hay diálogo ya no se lleva la fiesta en paz. No se trata del objeto sonoro, ni del género musical, pero si es a las 4 de la mañana se vuelve sumamente molesto. El resto del tiempo estamos negociando, tampoco se trata de callar al otro, más cuando el sonido trasciende las fronteras. Hay una negociación constante.

(Moderador 1) Tengo una duda en este momento, esto de cerrar las calles, algún maestro en la Universidad dijo que eso es un “tíbiri”, como en “Chilanga Banda” que eso es bailar un “tíbiri” (sic), esto de cerrar una calle ya hacer fiesta, ¿estoy bien o fui mal informado?

(Valedor 1) Sí es una costumbre (inaudible).

(Participante 2) Me acuerdo que, cuando estaba en España, (inaudible) conocía a todas las casas de los vecinos. Cuando era Navidad, Papá Noel me traía cosas en todas las casas y todo era muy loco. (Inaudible). Recuerdo eso con mi familia. Aquí en este edificio hay muy buena onda (inaudible).

(Moderador 1) ¿Qué onda (sic) con las diferencias internacionales?

(Moderadora 2) Es curioso, en cuanto a las fiestas es igual. Tienes que aguantar a las fiestas de los demás. De seguro me han aguantado a mí, pero algo especial en México es eso de cerrar las calles para hacer una fiesta, eso es tan de México o bueno, comparado con Gran Bretaña, ahí no pasa ni cerca. Hay algo en México en esa comunidad que tiene, por ser vecinos pues eso es una comunidad automática. Creo que es algo que los “valedores” trataron mucho en la revista, esto de la comunidad que han ido fomentando, nosotros desde el proyecto de “Mi Valedor” y cómo al final no necesariamente es el vecino porque vive al lado del otro. Somos vecinos todos por compartir esta Ciudad, somos vecinos los que van pasando por donde duerme un “valedor” en la noche, aunque no viven en el mismo parque. Algo que verán los que tienen la revista, pues también hicimos un esfuerzo para conocer a nuestros vecinos locales, los que viven al lado de la oficina de “Mi Valedor”, porque nosotros mínimo dos veces a la semana, estamos armando talleres directamente en la banqueta, afuera de la oficina. Entonces estamos nosotros, un poco imponiendo en nuestro espacio y los vecinos van y vienen. Era muy buena excusa el tema de esta edición para conocer a nuestros vecinos y retratarnos, una tarea que hicieron más ciertos “valedores” en la página 14 y 15. Eso de comunidad, de crear comunidad es algo que lo hace muy distinto aquí. Gracias.

(Moderador 1) Santa María la Ribera es un contexto muy importante, lo que recuerdo es que mi abuelo nació aquí, eso no lo supe hasta que él murió, entonces realmente con el Kiosco fue realmente después de

(ininteligible). Hubo un recorrido como muy especial dentro de los recorridos que se hacen con “Mi Valedor” para scoutear (sic) foto.

(Valedor 2) Es que realmente ahí, ese Kiosco ya viene desde la época de Don Porfirio Díaz, poco más o menos, es algo muy especial, porque casi casi (sic) es de los Monumentos más emblemáticos que actualmente tiene la CDMX (sic). Esos monumentos nos están hablando de otra época distinta y es como una especie de viaje en el tiempo en el que decimos “qué padre, qué chido” (sic) que en el siglo XXI todavía sigamos teniendo esas joyas en ese lugar donde todos vivimos.

(Moderador 1) Hablando de joyas, hubo una casa en donde una señora suiza... ¿Qué te acuerdas?

(Valedor 2) Los objetos de la señora, no digo que eran... son objetos que del mismo modo nos hablaban... hay algunos que son un poco antiguos, lo mismo que fotografías, muebles, cosas que uno puede decir “qué padre”. A veces, no estamos acostumbrados en este mundo contemporáneo, valga la redundancia, de poder convivir con cosas o inhalar ese olor antiguo (sic), le agradezco a todas las deidades (sic) el hecho de poder estar en este justo momento. Lo mismo que dije en el taller, lo digo: Qué bueno que estamos aquí todos juntos.

(Moderadora 2) Para contextualizar este recorrido, fuimos por fotos unos cinco “valedores”. Empezamos por la oficina, caminamos por La Juárez (sic), cruzamos Reforma, fuimos por la (ininteligible) y caminamos por la Santa María La Ribera (sic). Todos estos recorridos son por las calles, banquetas tal cual, estuvimos curioseando afuera de una casa y nos invitaron a entrar. Eso nunca pasa y se nos hizo muy simbólico, que por ser la edición de “Vecinos” nos abrieran así las puertas y luego llegamos al Kiosco de Santa María La Ribera, (ininteligible). Algunos de las señales de los vecinos regañando a sus vecinos, entonces, fue un recorrido donde encontramos mucho contenido muy rico

(Moderador 1) Hay una lona (fotografía en la revista), como de un cerdo antropomorfizado (sic) que dice: “Así te ves cuando tiras basura en las jardineras y las calles. Civilízate”, página cuatro, creo. Voy a saltar de eso, pero aprovechando que hay un “valedor que lleva un perro a todos lados”, pensando en los animales y nuestra relación vecinal con ellos.

(Participante 2) (Ininteligible). [Se percibe algo de su experiencia sobre los vecinos que tienen animales en su edificio].

(Tallerista) Yo, justo quería comentar, porque también durante el taller, por ejemplo, un “valedor” estuvo muy callado escribiendo, y de pronto en un momento dijo ¿Puedo leer el texto que acabo de hacer?” Y fue muy interesante, porque (ininteligible). Si ustedes escuchan el cine mexicano, filmado en la Ciudad de México, un sonido que no puede faltar, al momento de desarrollar el paisaje sonoro de las películas es el

de ladrido de perros, a veces para representar el sonido de algunas zonas de la Ciudad. Los perros ahí están presentes, forman parte de nuestros vecinos. Todos los seres vivos que están desarrollando sonidos constantemente, por ejemplo en Insurgentes y el Eje 7 es interesante ver cómo se escuchan aves. Es interesante ver cómo los seres vivos también se apropian del espacio público.

(Moderadora 2) “Valedor 2”, no sé si tú tienes algo que comentar con la relación de tu perro y tus vecinos.

(Valedor 2) Es que realmente, todos los vecinos de mi perro y míos, realmente no sé si ellos son nuestros vecinos o nosotros somos sus vecinos, pero ya la gente la ha aceptado bastante bien. Soy como su “madre barbona” y ella es mi “hija peluda” (sic), entonces aquí estamos, siempre nos ven juntos, sino uno al lado del otro o yo cargándola con todo y las revistas, luego nos vamos a vender. Ya cuando regresamos nos preguntan cómo nos fue y empezamos la convivencia, pero generalmente (ininteligible). Ella es mi hija y no la cambio por nada.

(Moderador 1) De hecho, rescato un fragmento de tu página, que lo acabas de decir, un poco más: “Somos la generación de hijos de otras especies” se me hace muy hermoso poder llegar a tener una relación tan cercana con alguien que no habla tu idioma, pero puedes entenderte y formar un vínculo súper cercano y especial, para mí eso dice mucho del amor y convivencia, que es el hilo conductor. (Inaudible) Para cerrar, a ver si el “valedor 1” puede leer la carta editorial que escribieron los “valedores” para esta edición.

(Valedor 1) “A veces podemos contar con vecinos que nos ayuden cuando estamos solos y tristes, pero también están los vecinos molestos, como los que no dejan dormir o los que no ponen la basura en su lugar, los que hacen fiestas, los que tiran el agua, los que no piensan en el otro, los que tienden su ropa en donde no tiene que estar... O, peor aún, otras veces se imponen prácticas vecinales que no dejan llegar a acuerdos para vivir en armonía y santa paz.

En “Mi Valedor” abogamos por una comunidad unida, incluyente y plural, donde todos tengan una voz. Buscamos unirnos como unión vecinal. Es por esto que esta carta la hicimos en comunidad entre los valedores que venimos desde distintos lugares, pero que así somos vecinos. Y recuerda: no le hagas a tu vecino lo que no te gustaría que te hicieran a ti.

¡Y pon la basura en su lugar, por favor!

Los valedores.”

Entrevista a Colaborador 03 (C03) de “Mi Valedor” en “Hola Vecinos” / Realizada el 06 de marzo del 2019, 19:00h, Ciudad de México

(E) ¿De esta revista, los “valedores” (“Hola Vecinos”) decidieron el contenido o cómo fue?

(C03) Sí, de hecho, casi todo, no sé si topaste que todo se mencionaba de talleres, en general todo se tallerea (sic): “este taller es de foto-texto”, entonces ponemos las fotos. Todo el mundo participó de todo y ya después se hizo la selección de “Ok, este foto-texto creemos que va” (sic). Lo que se trata es de darle a cada quien una sección, que sí sientan esa difusión y atención.

(E) ¿Todo lo que está aquí se tallerea (sic) con ellos?

(C03) Sí, por ejemplo aquí ya sabíamos... esa es una anécdota que supe hoy. Para la pasada, el cuento lo escribió “un valedor”, a partir de esto, supimos que a este “valedor” le costaba, no le encantaba escribir en ficción, le gustaba más escribir como desde la neta (sic), desde los hechos. Justo fue como “Ok, tenemos que...” Justo para la siguiente si fue como se preguntó un poco más quién está más cómodo y resultó ser otro “valedor”. Lo que hay realmente de diferencia es experiencia. Esta igual y es un poco más cruda (sic), el mismo tema y título de “Corretear la Chuleta”, más supervivencia desde la calle. Lo que se me hace curioso es que esta sea “Vecinos”. Me hace pensar que igual y ya tienen un sentido de comunidad más fuerte.

(E) ¿Ellos escogieron el tema?

(C03) Sí. Ellos escogieron el tema. Se hizo una lluvia de ideas y luego se votó, literal fue como democracia.

(E) Tú, en la parte de esta revista, ¿qué fue lo que hiciste?

(C03) Justo cosas talachudas (sic): “Necesitamos los archivos, ayuda” y como pasarlos, es mucha talacha (sic). Juntas editoriales, qué va, qué no, opinar.

(E) En la edición, ¿los “valedores” editan sus textos?

(C03) Los edita justo la editora, y la coordinadora. Este diseño fue hecho por el diseñador que estaba aquí, un chico de lentes. Es medio pesado (sic) en el mundo del diseño. Entonces, el diseñador cambia. Se trató de apegar bastante y cura muy bien los contenidos. Se curan con los “valedores”.

El gobierno no nos paga, yo personalmente estoy hablando de nuestro pago. Una de las maneras que estamos pensando para mantenernos es subirla de precio a 25 o 30, me sigue pareciendo barato, pero tampoco queremos darle en la madre (sic) a quien con gusto la paga.

(E) ¿Por qué les ha pegado la parte económica? ¿No tienen patrocinadores?

(C03) Lo difícil es mantenerlos, porque toda la pinche vida cambia muy rápido. Tenemos muy bien a de Levi's, porque Levi's sigue y a veces cambian los puestos. Digo, Levi's no se ha ido. "Ese proyecto, ¿qué pedo? ¿Por qué se está yendo tanto varo ahí? (sic) No, no a la verga (sic)". Wey (sic) no nos conoces, no nada, pero ya valió madres. Pasa un chingo (sic). (Inaudible)

(E) La revista, ¿quién la edita?

(C03) Suena un poco impresionante, pero la directora, una coordinadora y el diseñador.

(E) La International Network of Street Papers, (INSP), ¿los ayuda en algo?

(C03) Como difusión, nos invitan a los premios, ganamos algunos premios de la mejor portada y la mejor presencia en redes. Es muy impresionante la carga de chamba para la carga que tenemos. Yo nada más comento, no edito. La neta, quien se lleva las palmas (sic) y siempre voy a hablar bien de ellas (sic) son las coordinadoras, pinche par de morras (sic) son inhumanas (sic) no sé cómo chingados... levantaron esto desde la nada desde hace cinco años con todos los pedos del mundo. Es que pinches trámites, todo lo administrativo es una pesadilla.

(E) ¿Cuántos "valedores" tienen?

(C03) Justo es difícil dar un número, porque varía y justo la constancia es difícil de lograr. Este modelo es inglés, cada edición tiene su nombre y contexto, pero no es el mismo formato. En Inglaterra es más como street paper o periódico callejero así doblado, en la red hay como 195 países y hay pocos que son revista. (Inaudible).