

Vacas digitales para causas sociales

CAROLINA BOTERO

HABLEMOS SOBRE CAMPAÑAS DE financiación colectiva usando internet, como la que se usa para continuar el caso de Diego Gómez, el biólogo que arriesga hasta ocho años de prisión por compartir en internet una tesis de maestría sobre biodiversidad.

Crowdfunding consiste en hacer “vaca” por internet para financiar colectivamente proyectos. La vaca digital se catapultó con “Kickstarter”. Por ejemplo, varios músicos se autopromocionaron esquivando a intermediarios y recaudando para producir y distribuir su propio álbum. Estas plataformas funcionaban “todo o nada”. Solo si se cumple la meta se obtiene lo recaudado. Además, se debía decir qué recibía el contribuyente a

cambio (copia del álbum, por ejemplo).

Ahora hay plataformas de muchos tipos. Por ejemplo, frecuentemente la vaca era para causas sociales, así aparecieron plataformas especializadas. “Goteo” hace crowdfunding cívico permitiendo aportar en dinero o en especie. “Indiegogo” permite recaudo parcial —sin cumplir la meta— y creó “Generosity” para causas sociales —menos costos de intermediación—.

Además de la plataforma, toca pensar cuál es el público. Condiciones locales especiales contribuyen al surgimiento de plataformas como *lachevre*, *sumame.co* o *littlbigmoney* en Colombia. Responden a nuestro idioma, escasa bancarización y desconfianza en el comercio electrónico, pero necesitan apoyo. Son parte de una economía digital que no parece terminar de despegar.

Pero si el público está esencialmente en países desarrollados, se usan sus plataformas y su idioma. Entonces, el problema es traer el dinero, pues las normas de lavado de activos lo complican. Sobre esto toca preguntar los lineamientos al banco elegido y agradecer a los pioneros que, como la tuitera @cucharitadepalo, mostraron que el crowdfunding existe y detonaron los procedimientos financieros.

Finalmente, se necesita un plan de comunicaciones y dedicar semanas a redes sociales y a movilizar esa audiencia. La campaña de Diego Gómez hace el llamado a la financiación colectiva para su defensa. Su situación podría ser la de cualquiera. ¿Quién no ha compartido contenidos en internet sin ánimo de lucro solo para que otros tengan acceso? ¿Conoce su caso y dona!

Cáncer

JOSÉ FERNANDO ISAZA



UNA TRADUCCIÓN DE UN CORREO electrónico, con algún grado de ajuste, se lee así: “El cáncer es la venganza de Dios... por blasfemar, ateos como él ignoran los hechos. Les gusta actuar como si todo fuera una coincidencia, su agonía será con convulsiones y dolores... y luego de la agonía vendrá la muerte, será enviado al INFIERNO eternamente y sufrirá torturas por un fuego que no se apaga”.

No es, como podría pensarse, un correo de Alejandro Ordóñez o de María Fernanda Cabal dirigido al ministro de Salud por haber hecho público su cáncer, afortunadamente tratable y de buen pronóstico, y por su condición de ateo.

El correo es una muestra de las que recibió Christopher Hitchens, reconocido racionalista y ateo, cuando divulgó que tenía un cáncer terminal. En su libro *Mortalidad* narra sus últimos días. En relación con el correo enviado por fanáticos religiosos, comenta que le extraña la forma de escribir quienes dicen profesar una religión centrada en el amor al prójimo.

Paradójicamente, Alejandro Gaviria aparece en las encuestas como uno de los ministros con más baja calificación, pero cuando se analiza su gestión es posiblemente la de mayor significación. Su formación académica, aunada a su concepción liberal de las relaciones ciudadano-Estado, le ha llevado a defender, contra las crecientes fuerzas oscurantistas, los derechos de tercera generación; la eutanasia, el aborto en casos aceptados por la Corte Constitucional, es decir, embarazo fruto de una violación, malformación del feto que hace inviable la vida del bebé, riesgo de muerte para la madre.

Con buen manejo, ha evitado que explote, en toda su magnitud, el problema del sector salud. El modelo actual no es sostenible financieramente aun si no se robaran parte importante de los recursos. El diseño inicial estimaba un 70 % de los afiliados en régimen contributivo y un 30 % en régimen subsidiado, hoy los porcentajes están invertidos.

En una columna anterior escribí “El problema es la brecha entre la calidad y el nivel de servicio que se quiere y los recursos que se destinan a este sector. Colombia dedica el 6,4 % del PIB a los servicios de salud, porcentaje similar al dedicado a la guerra. Lo que equivale a \$910.000 por habitante por año. El aporte al régimen subsidiado es cercano a \$500.000 por afiliado. Si se compara esta cifra con Chile, se tiene que este país destina el 8,2 % del PIB a salud, pero su PIB por habitante es 90 % mayor que el colombiano, lo que da un gasto por salud de dos y media veces mayor que el nuestro y exige un servicio al menos comparable. En los países desarrollados la situación es: el Reino Unido gasta 7,15 veces más por persona que Colombia, Italia 6,5 veces mas. El caso de Estados Unidos es desolador: gasta el 16 % del PIB en salud, la cobertura es baja, la mayor parte del gasto se incurre en los últimos meses de vida del paciente y gasta 16 veces más por habitante que Colombia” (datos del 2015).

El próximo gobierno tendrá que tomar medidas correctivas para conjurar el déficit estructural del sector.

Gaviria es uno de los pocos economistas de pensamiento original; basta recordar sus estudios econométricos que muestran la relación entre el salario de una persona y el nombre de esta. Nombres “sin tocayo” tan comunes en el Eje Cafetero condenan a la persona a tener un salario inferior al que tendría si se llamara Pedro, Antonio, Juan, etc.

Le deseo a Alejandro una pronta y total recuperación.

Osuna



La Nación herida

No es “posverdad”, es mentira

YOLANDA RUIZ



SINEUFEMISMOS: AL PAN, PAN, AL VINO, vino y cuando se dicen mentiras así se llaman: ¡mentiras! Pero pareciera que nos gustan los rodeos y las palabras bonitas para nombrar lo innombrable. Con las nuevas formas de comunicación en redes sociales, que en buena hora han democratizado la información, han surgido términos nefastos como ese de la “posverdad”, que le queda grande a una realidad que es más sencilla: si lo que se dice no es cierto, es una mentira. Pero ahora se habla de “hechos alternativos” para describir lo que nunca ocurrió o para tergiversar aquello que sí ocurrió y mostrarlo como algo distinto.

Las palabras tienen mucho poder y elevar la mentira a la categoría de “posverdad”, dándole un estatus que no tiene con ese término rebuscado, no ayuda a entender los hechos que hoy muchos ven solamente en una pantalla. Son trozos de realidad que nos llegan en instantes en frases, videos, fotografías, muchos de los cuales son contundentes mentiras: imágenes retocadas, tomadas de otros países u otros

momentos, trinos falsos, cifras amañadas, calumnias, denuncias de agresiones que no existieron y una lista interminable de mensajes que deliberadamente se ponen a circular con el fin de dañar a alguien y obtener ventajas de cualquier tipo. Hay asesores de comunicaciones que ofrecen en sus paquetes usuarios falsos de redes sociales y garantizan campañas de desprestigio de los oponentes basadas en mentiras o en verdades a medias, que es otra forma muy usada para desinformar y agredir. Lo peor es que muchos de esos seguidores de Twitter o Facebook, que se sienten muy críticos y bien informados, son los idiotas útiles de quienes encontraron muy fácil el lado débil de las redes para sacarle provecho a las herramientas modernas.

Nos quejamos, como usuarios, por lo que publican los demás y criticamos a las redes que no controlan las mentiras que circulan entre sus abonados, pero mientras se hacen esas críticas se comparten contenidos sin dudar cuando aparece una “posverdad” que se acomoda a la idea preconcebida que se tiene del mundo. Poco lugar para la mesura y la reflexión. Si están matoneando por algo será y sobran manos para lapidar y voces para calumniar sin saber si aquello que compartimos en nuestras cuentas es real o no.

Por supuesto que las mentiras han existido

en la vida pública desde siempre. Cualquiera sabrá que en la política proliferan de tiempo atrás. Pero la diferencia es que hoy la mentira se puede convertir en “verdad” revelada en segundos gracias a la magia del ciberespacio que todo lo multiplica. Una mentira puede terminar en un titular de prensa o ser el motivo de largos debates de muchos analistas y expertos que están a la caza de la polémica del momento para lograr su cuarto de hora de fama sin preguntarse si el hecho que analizan es real o no. De la mentira terminan comiendo muchos que no la inventaron, pero que se benefician de ella sin sentirse parte del engaño.

Las mentiras las inventan muchos sin rubor: algunos que lo tienen como oficio porque les pagan por ello, pero también muchos líderes políticos y de opinión que ya perdieron la vergüenza y convirtieron la mentira en su herramienta diaria. Mientras más se repite y más camina una mentira más “real” se vuelve y detenerla o desactivarla es casi imposible. Así como es bienvenida esta nueva democracia que hace participar a muchos en los debates y permite que la información camine con mayor libertad, así también conviene pensar dos veces antes de caer en la tentación de hacer clic y propagar una mentira. No nos engañemos: por moderno que suene no es “posverdad”, es mentira.