

Se busca

CATALINA
URIBE



EN LA PASADA MARCHA DE LOS BOGOTANOS contra la proyectada troncal de Transmilenio por la Séptima, varios manifestantes desplegaron afiches de "Se busca" con la imagen de distintos políticos de la ciudad. Su objetivo era ligar el nuevo gasto público de Transmilenio con el "cartel de la mermelada". Esta estrategia coincide con una tendencia visual en la denuncia de políticos. También el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, se ha visto en varios afiches que ofrecen diez millones de dólares por información que conlleve a su destitución.

ción. En este último caso, la campaña y la suma son reales.

Los afiches de "Se busca" tienen históricamente dos objetivos. El primero, separar a quien aparece en la imagen del resto de la ciudadanía al señalarlo como criminal. En segundo lugar, la retórica del afiche involucra al espectador y lo vuelve partícipe de una búsqueda colectiva. El ciudadano de a pie es ahora un cazarrecompensas. El afiche logra que su mirada cambie. Lo que en principio es un anuncio pedagógico, lo hace voyerista. Originalmente, también se anunciaba la resolución de la búsqueda. Un afiche paralelo de "capturado" le decía a la ciudadanía que podía descansar su mirada y alegrarse por el éxito de la persecución.

Lo fascinante de la retórica del "Se busca" es que denuncia la debilidad de las autoridades, de aquello de lo que carecen, al tiempo

que evita que la ciudadanía se desanime, pues ahora más que nunca hace parte del Estado. Paradójicamente la gente casi nunca participa. La tarea siempre recae en los profesionales. Nadie quiere estar muy cerca de un capo, de un ladrón, de un asesino o de un violador. De hecho, uno de los trucos de los afiches es precisamente hacer patente la necesidad de las autoridades. Estos le muestran a la ciudadanía la importancia de que haya gente encargada de tan complejos personajes.

¿Son distintos los afiches de la Séptima? ¿Cambia en algo la naturaleza de la acusación cuando es la ciudadanía y no las autoridades quien emite el afiche? Y si el caso es que algo cambia, ¿va a hacer esta vez algo la ciudadanía? ¿O es simplemente un discurso contra la corrupción para defender a un político en particular que probablemente también es corrupto?

Vender

JOSÉ
FERNANDO
ISAZA



EL GOBIERNO DISTRITAL ANUNCIA la venta del 20 % de las acciones que posee en el Grupo de Energía de Bogotá (GEB), reduciendo su participación al 56,28 %. La situación del GEB es totalmente diferente a la existente hace 20 años, cuando el Distrito vendió el 49 % de su participación en la generación y distribución de electricidad (Emgesa y Codensa) y el 11 % de la EEB. La EEB estaba en cesación de pagos de la deuda externa; a pesar de que el Estatuto de Bogotá quitó la participación directa de los concejales en la Junta Directiva, la EEB seguía siendo un coto de caza de la clase política, que ejercía su poder directamente o a través de la Contraloría Distrital. La vinculación de accionistas estratégicos y los más de US\$3.000 millones obtenidos por el Distrito modificaron las finanzas de este y mejoraron los indicadores de eficiencia en la EEB, hoy GEB, y se pasó de un nivel de pérdidas de energía del 22,25 % al 7,26 %, acorde con los estándares técnicos internacionales. El número de usuarios crece de 1,5 a 2,9 millones. Hoy está en el transporte y distribución de gas, con Promigás y Gas Natural, con participaciones del 84,7 % y 65,4 % respectivamente. Tiene inversiones en Brasil, Perú y Guatemala.

Para ambientar la venta, el gobierno distrital anuncia que, de no lograrse, no podrían relanzarse las inversiones previstas en el Plan de Desarrollo. Este plan contempla inversiones por \$96,1 billones y la venta le generaría según el estimativo del Distrito \$3,5 billones. De acuerdo con las declaraciones de la Secretaría de Hacienda, los recaudos tributarios van muy bien, el año pasado se cumplió la meta con holgura y este año se sobrecumplirá, al lograrse 109,4 % de lo estimado; el impuesto de los vehículos excedió la meta del 11,6 %; además, por gestión de cobros se han recuperado \$104.000 millones.

Los resultados financieros del GEB son extraordinarios, las utilidades en el 2015 y 2016 fueron de \$1,01 y \$1,288 billones. En el período 2011-2017 la rentabilidad para los accionistas (y el Distrito es el mayoritario) fue del 12 % anual. No enajenar las acciones no paraliza el plan de inversiones, el Distrito puede disponer de los dividendos para complementar los ingresos tributarios, o alternativamente el flujo de dividendos le permite endeudarse, las tasas de interés están entre el 6 y el 8 % anual, inferiores a la rentabilidad de la empresa. Parece más sensato conservar el activo y utilizar las utilidades para cofinanciar las obras. Es lo que hace Medellín con EPM, esta empresa le genera ingresos superiores a los obtenidos por la tributación.

Construir nuevas centrales eléctricas es mucho más costoso que antaño, por las justificadas normas ambientales y el empoderamiento de las comunidades. Hoy el GEB tiene el 51 % del Guavio, de El Quimbo, de las centrales del Salto, ¿para qué vender una parte de este bien cada vez mas costoso y escaso?

Tal vez no hay en el mundo una caída de cerca de 1.600 metros como la existente en la corta distancia entre el Muña y Anapoima, esto ha permitido instalar, con escasos 26 m³/seg, 262 megawatts; para otras centrales, generar esta cifra requiere utilizar más de 300 m³/seg. Es un regalo de la naturaleza. Adicionalmente, en un futuro se podría traer agua de la cuenca oriental, como se hace hoy con Chingaza. Se recuperan los acuíferos de la sabana y se mejora la calidad del agua del río Bogotá por cada metro cúbico/segundo y puede aumentarse la capacidad instalada hasta en 15 MW.

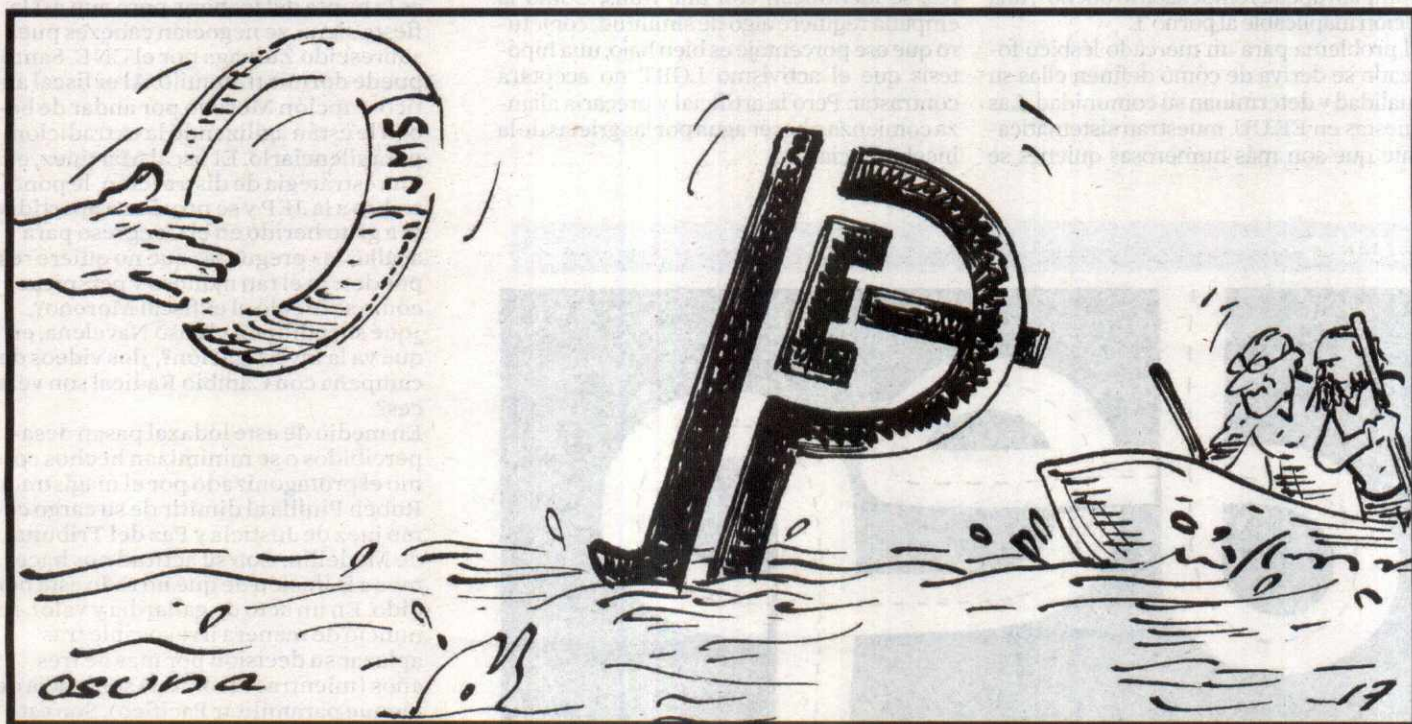
lada de crudo y la de frutas, y sigue siendo la renovabilidad de la segunda. Al final, están curiosamente conectadas: será imposible construir una economía verde sin transferir a ella una buena porción de regalías e impuestos de los no renovables.

Por supuesto, no basta la mermelada de fruta por exótica que sea para construir sostenibilidad, pero tal vez una sociedad menos codiciosa, más consciente de los impactos de sus prácticas de consumo en las demás personas y seres, sea también más creativa e innovadora en otros aspectos del aprovechamiento sostenible de la biodiversidad.

La próxima vez que le ofrezcan jaleas de frutas extrañas, pruébelas. Piense que además de ser colombianas, están hechas por gente que trabaja muy duro para lograr algún día lo que a un campesino europeo le costó diez siglos: el reconocimiento de su labor como guardián del territorio, administrador de los servicios ecosistémicos, conocedor del funcionamiento del territorio y protector de la buena vida rural, aquella que los urbanitas añoran, pero sólo soportan por cortos períodos. Promovamos otra perspectiva para la mermelada, a ver si al menos la vida se nos endulza un poco.

*Directora general del Instituto Humboldt.

Osuna



JEP a punto de hundirse

Mermelada

BRIGITTE
BAPTISTE



UNA DE LAS MEJORES HERENCIAS comunicativas de la actual administración habrá sido la metáfora de la mermelada como símbolo de la riqueza distribuida a través de ciertos territorios del poder. Transferir recursos de cualquier índole en medio de las tensiones ecológicas y sociales del país requiere una institucionalidad muy sólida que estamos lejos de disfrutar, dado que seguimos tratando de salir del medioevo, con la mala suerte de que el péndulo global se inclina de nuevo a los tribalismos más obtusos.

Mala ecología la de las autarquías o autosuficiencias que desembocan en nacionalismos hirsutos o localismos dogmáticos, pero a los cuales tampoco las propuestas de integración han sabido seducir, ni acá ni en Cataluña.

La corrupción, sabemos, se come lo que se pretendía distribuir. A este paso no hay duda de que el calentamiento global nos irá friendo, eso sí, en perfecto orden: de los

más pobres hacia los demás, de manera exponencial.

La mermelada, curiosamente, es también metáfora reciente del biocomercio, pues las frutas nativas representan unos de los productos de la biodiversidad colombiana con mayor posibilidad de adición de valor local, generado en pequeñas empresas o con base en tradiciones familiares. Muchas de estas sostienen madres cabeza de hogar o víctimas del conflicto que no tienen más capital que el sol, el azúcar y la paciencia para batir melao.

En la última feria Bioexpo, en Barranquilla, se pudo apreciar una parte de la creciente oferta de mermeladas nativas que se abren paso en un mercado colonizado hace años por las baratísimas pulpas de manzana y duraznos importados, cuyos valores de venta sorprenden por lo bajos cuando se sabe el tamaño de la huella de carbono (es decir, petróleo) implicada en su fabricación.

Imposible competir con la economía petrolera a partir de la manufactura de productos caseros, por buenos y delicados que sean: sino son las autoridades sanitarias las que dificultan su ingreso al mercado, es el tamaño de la economía que representan y la inestabilidad en la producción de insumos.

Pero hay una diferencia entre la merme-