

Los problemas olvidados

Accra, Ghana. Enero del 2004. Emmanuel Teteah Kuadzi acaba sus estudios de secundaria. Observa que Ghana está experimentando un boom económico y muchas empresas quieren conectarse a internet. Emmanuel, que es aficionado a la informática, ve la oportunidad de negocio y crea una empresa de diseño de páginas web. Primero trabaja solo, pero la faena se le acumula y pronto tiene que contratar a un compañero... y luego a otro... y en menos de un año, 22 jóvenes entusiastas trabajan con él diseñando e instalando páginas web.

Frankfurt, Alemania. Enero del 2006. GTZ, una ONG creada por el Gobierno alemán para fomentar el “desarrollo sostenible”, estima que una de las causas de la pobreza en África es que la ineficiencia de sus empresas les impide crear empleos bien remunerados. GTZ piensa que una manera de ayudar a aumentar su competitividad es integrar a esas empresas en el ciberespacio. La ONG decide utilizar a su ejército de voluntarios alemanes para crear páginas web y regalárselas a todas las empresas africanas que lo deseen.

El diagnóstico de GTZ es totalmente acertado: es cierto que uno de los principales problemas de África es que sus empresas son ineficientes y no crean empleo de alto valor añadido. Su acción, sin embargo, no sólo no soluciona el problema sino que tiene consecuencias catastróficas: gracias a su (sin duda bien intencionada) intervención, Emmanuel ve como su empresa se arruina y 22 jóvenes africanos pierden su puesto de trabajo. Seguramente los alemanes nunca se dieron cuenta del mal que causaron a unos emprendedores que enviaron al paro. De haberse enterado, seguramente hubieran actuado de manera distinta. Por ejemplo, si en lugar de utilizar voluntarios alemanes para producir las páginas web gratuitas, GTZ hubiera contratado a la empresa de Emmanuel para que las diseñara y después las hubieran regalado a las empresas africanas, la ONG alemana habría obtenido el mismo objetivo (que no era otro que las empresas africanas tuvieran sus páginas web) sin

acabar matando esa iniciativa empresarial que África tanto necesita.

La Navidad despierta en todos nosotros el espíritu más benevolente. Durante estas fechas realizamos acciones solidarias que no hacemos durante el resto del año. Esta es una de las razones por las que Televisió de Catalunya hace anualmente y desde 1992 un maratón televisivo que canaliza las donaciones de los ciudadanos hacia la investigación de enfermedades incurables como



nes de dólares a la investigación: ¡unas 15.000 veces más de lo que recauda TV3 con su maratón!

Los problemas médicos de los ciudadanos más ricos del mundo, pues, parecen recibir una atención adecuada por parte de la industria farmacéutica. Y es que las empresas saben que, al ser sus clientes ricos, acabaremos pagando por vacunas que curen nuestras enfermedades, por pastillas que alivien nuestro dolor o por procedimientos que mejoren nuestra situación cardiovascular, por lo que les es rentable invertir en I+D.

A todo el dinero privado hay que añadir lo que gastan los gobiernos de los países ricos. Sólo el National Institutes of Health de Estados Unidos financia a 325.000 investigadores de 3.000 universidades, centros médicos o de investigación con un presupuesto global de 28.000 millones de dólares. Y eso es sólo lo que gasta el gobierno norteamericano y no tiene en cuenta lo que gastan los gobiernos de todos los países europeos más Japón.

El problema de todo esto es que, al utilizar un medio tan potente como la televisión para recaudar dinero, TV3 acaba desviando seis millones de euros que los catalanes podrían dedicar a financiar otro tipo de proyectos como la educación de niños pobres o el tratamiento de enfermedades que afectan solamente a ciudadanos africanos pobres. De alguna manera, *La Marató* de TV3

JORDI BARBA

acaba *quitando* dinero a proyectos importantes que reciben poca financiación para dársele a proyectos igualmente importantes..., pero que acabarían siendo financiados por multinacionales farmacéuticas o gobiernos occidentales ricos. Lo que nos devuelve al caso de la ONG alemana GTZ: las buenas intenciones no siempre conllevan resultados satisfactorios.

Como ciudadano de Catalunya, estoy orgulloso de que TV3 utilice su enorme poder de disuasión para fomentar la benevolencia individual y voluntaria de los ciudadanos de nuestro país. Mis preguntas navideñas para las autoridades de TV3 son: dado que las multinacionales farmacéuticas y los gobiernos ricos dedican más de 20.000 euros por cada euro que recauda TV3: ¿qué impacto real acaba teniendo *La Marató*? ¿No sería mejor dedicar la recaudación a solucionar los problemas más olvidados del mundo?●