

ESTAR BIEN INFORMADO ES UN DERECHO QUE NECESITA EL APOORTE DE TODOS. UN ANÁLISIS DEL CROWDFUNDING

Pronunciamiento No. 10 del Tanque de Pensamiento Al Centro

- *El Tanque de Pensamiento Al Centro ve con preocupación que las finanzas de los medios de comunicación puedan poner en riesgo la independencia con que se gestiona la información de interés público en Colombia. Gracias al crowdfunding, la rentabilidad de los medios de comunicación podría pasar a depender nuevamente del usuario.*
- *María Camila Villamizar Assaf, directora de medios de comunicación y libertad de expresión, asegura que contrario a lo que muchos afirman, la ciudadanía está dispuesta a pagar cuando se trata de contenidos de calidad.*
- *Humberto Izquierdo, director de participación y gobernabilidad resalta que lo más interesante del crowdfunding para medios de comunicación es que la tecnología ofrece una solución para un problema que ella misma ayudó a causar.*
- *Juan Falkonerth, director de emprendimiento, considera que el crowdfunding es una herramienta clave de financiamiento colectivo, que facilita a los emprendedores obtener recursos económicos para sus proyectos productivos a título de donación, pre-venta, recompensa o acciones.*

Los medios de comunicación juegan un papel esencial en la democracia puesto que son los primeros responsables de difundir información veraz e imparcial y generan un gran impacto en la opinión pública. Son los portadores de la noticia, pero no sus protagonistas. Sin embargo, del 2018 para acá ha habido despidos masivos en medios tradicionales, censura gubernamental a medios estatales y más recientemente el anuncio de la salida del aire de Noticias Uno, caso en el que prevaleció la comercialización de la información sobre el pluralismo informativo. Así, la libertad de expresión y el ejercicio del periodismo últimamente han ocupado un lugar protagónico en la opinión pública por cuenta de hechos como estos, y no precisamente para bien.

En ese contexto, el Tanque de Pensamiento Al Centro ve con preocupación que las finanzas de los medios puedan poner en riesgo la independencia con que se gestiona la información de interés público en Colombia, que es vital para que los ciudadanos puedan

tomar sus propias decisiones y ejercer como ciudadanos de forma verdaderamente autónoma y libre.

En últimas, los medios de comunicación -en su gran mayoría- no dejan de ser empresas que, si bien se dedican al oficio de informar, perseguir la verdad y formar opinión, necesitan producir dividendos para financiar su labor investigativa y generar contenidos e información de calidad, así como para obtener, legítimamente por demás, un provecho económico.

Lo que hay en el fondo es una marcada tensión entre la libertad de prensa y el derecho de propiedad, ambas garantías fundamentales en un Estado social de derecho, que por estos días ha recobrado relevancia a propósito de la 'vaca' que tuvo que hacer Noticias Uno para permanecer al aire, apelando a la fidelidad y solidaridad de sus televidentes, que se suma a otras iniciativas como los 'Super Amigos' de la Silla Vacía.

Esta forma de financiamiento se conoce técnicamente como *crowdfunding* y goza de reconocimiento mundial por su capacidad de sostener diferentes causas, emprendimientos y organizaciones gracias al respaldo masivo de la ciudadanía, no obstante, en materia de medios de comunicación es un fenómeno que apenas aparece en la escena nacional.

Humberto Izquierdo, director de participación y gobernabilidad, resalta que lo más interesante del *crowdfunding* para medios de comunicación es que la tecnología ofrece una solución para un problema que ella misma ayudó a causar. El ejercicio del periodismo se ha revolucionado con la consolidación de internet y las redes sociales, pues acudir a los medios de comunicación dejó de ser imprescindible para difundir o acceder a las noticias. Nos acostumbramos a consultar las noticias y a acceder a los principales periodistas y líderes de opinión en línea, gratuitamente, cuando antes había que comprar diarios y semanarios para estar informados.

El problema pasa porque los medios tradicionales ya no cuentan con los ingresos que le reportaba la venta de impresos para remunerar a los mejores periodistas, que se han preparado toda una vida para brindar información de calidad. Esta es la explicación de la crisis por la que atraviesa la profesión periodística. La buena noticia es que, así como la tecnología amenaza la sostenibilidad financiera de los medios tradicionales, ella misma ofrece una probable solución, y esa es el *crowdfunding*, sostiene Izquierdo.

Gracias al *crowdfunding*, la rentabilidad de los medios de comunicación podría pasar a depender -nuevamente- del usuario que antes compraba el impreso y ahora hace su aporte en línea, con la diferencia de que en este escenario no se paga por un servicio,

sino que se contribuye a una causa. Una clara manifestación del deber de solidaridad, que abona dosis considerables de independencia e imparcialidad a la labor de la prensa.

María Camila Villamizar Assaf, directora de medios de comunicación y libertad de expresión, asegura que contrario a lo que muchos afirman, la ciudadanía está dispuesta a pagar cuando se trata de contenidos de calidad, hay ejemplos de plataformas musicales, audiovisuales e informativas, porque hoy, cuando hay tanta oferta, que ya ni sabemos que ver, buscamos calidad y si la encontramos estamos dispuestos a pagar por ella; por otro lado, la gente se moviliza por causas con las que se sienten identificados, más aún si quien promueve la causa está en una situación de víctima, inferioridad o desigualdad.

El crowdfunding se ha convertido en una gran herramienta de movilización ciudadana y de generación de equidad, si no queremos que los grandes grupos económicos sigan siendo los dueños de los medios o que sean quienes financien las campañas políticas, porque queremos medios y gobernantes independientes de los poderes políticos o económicos, pues esta herramienta puede hacer la diferencia si todos ponemos un granito de arena, concluye María Camila.

El crowdfunding ha demostrado en varias latitudes del mundo, ser una herramienta efectiva para promover causas sociales, impulsar el emprendimiento y las pymes y hasta para financiar campañas políticas; con lo cual, se requiere que estas se fortalezcan y se den a conocer para que cada vez más personas promuevan estas causas a título de donación, preventa, financiamiento, recompensas y demás que converjan en estas prácticas.

Y es que estas donaciones o “vacas” como popularmente se les conoce, ya han sido realizadas con éxito para diferentes causas, el Partido Demócrata en Estados Unidos, obtuvo recursos por cerca de 68 millones de dólares en 2011, para financiar sus campañas, de los cuales se destinaron 48 millones de dólares para la campaña presidencial de Barack Obama y el restante fue destinado para las de senado y cámara. En el caso colombiano se recuerda la colecta que se hizo para pagar un crédito del entonces candidato a la presidencia Humberto de la Calle, quien logró recaudar un poco más 708 millones de pesos.

El cine también ha sido uno de los beneficiarios de esta financiación colectiva. La producción de la película *“The Veronica Mars Movie Project”*, logró recaudar U\$5.702.153 a través de la participación de 91.585 colaboradores. La historiadora Diana Uribe también se apalanco a través de esta herramienta, logrando obtener cerca de \$50.000.000 para su página *“La Casa de la historia Diana Uribe”*. Referentes de las

múltiples formas como se usan estas plataformas de crowdfunding y que resultan ser muy exitosas.

Con todo, el *crowdfunding* es una manifestación de las nuevas ciudadanías que debe ser considerada seriamente como un aliado para afrontar la crisis financiera del sector. Por lo tanto, amerita cuando menos un empujón desde la sociedad civil, que está llamada a evaluarla. En la práctica, a hoy son más de 700 millones los que ha logrado recaudar la 'vaca' por Noticias Uno, lo que dice mucho de su capacidad de convencimiento en los televidentes. En la teoría, lo prudente es poner en duda la capacidad del *crowdfunding* de sostener tales niveles de recaudo en el tiempo, si se considera que probablemente obedezcan a la coyuntura por la que atraviesa la Red Independiente, de modo que el entusiasmo de los contribuyentes pueda verse mermado marginalmente a medida que pasa el tiempo.

Con esta reflexión, el Tanque de Pensamiento Al Centro, le hace una invitación a todos los colombianos a sumarse al sostenimiento de los medios de su preferencia, iniciativa que puede sustentarse en la buena voluntad y conciencia social de quienes valoran estar informados, o en la solidaridad, principio fundamental del Estado que la Carta Política desarrolla cuando impone a todos el deber de engrandecer y dignificar la comunidad nacional por medio de la defensa y difusión de los derechos humanos, como la libertad de expresión.

El ejercicio de las libertades implica responsabilidades, dice la Constitución. Por eso, si estar bien informado es un derecho, los ciudadanos bien deberían asumir como un deber el de contribuir al sostenimiento de quienes ejercen el periodismo para que todos podamos acceder a información veraz e imparcial, sea por medio del *crowdfunding*, de pagos por suscripción digital o de cualquier otra forma de respaldo ciudadano, anota David Luna, director del Tanque de Pensamiento Al Centro.

Juan Falkonerth, director de emprendimiento, considera que el crowdfunding es una herramienta clave de financiamiento colectivo, que facilita a los emprendedores obtener recursos económicos para sus proyectos productivos a título de donación, preventa, recompensa o acciones, ya que algunas veces el sector financiero exige muchos requisitos para otorgar créditos a estas iniciativas. Por esta razón, debemos trabajar para que esta modalidad de apoyar nuevas ideas de negocios y de unidades productivas crezca en el país, ya que si bien es cierto, esta ya se encuentra reglamentada en el país hace dos años, su crecimiento no ha sido el esperado. Recuérdese que en el mundo se viene haciendo esta práctica hace más de dos décadas.

Quizá, una de las razones que explicaría esta situación y que ha sido expresada por varios expertos en el tema, es que el Decreto 1357 de 2018, que reglamenta esta actividad en el país, limita mucho su aplicación, esto debe tenerse en cuenta para ir pensando en un marco normativo más amigable y que haya tenido éxito en otras latitudes del mundo. Por ahora se debe trabajar en dar a conocer esta herramienta y fortalecerla como es debido, concluye Falkonerth.

El Tanque de Pensamiento AICentro, llama la atención para que se promuevan en debida forma estos mecanismos de financiación colectiva, que benefician varios sectores de la sociedad y que en el caso de los medios de comunicación, contribuyen a que estos subsistan y gocen de la independencia necesaria para hacer lo que saben y deben hacer, brindar información veraz e imparcial y contenidos de calidad.

Por otra parte, se propone hacer un seguimiento al comportamiento y la constancia de las personas que participan en el financiamiento colectivo de tracto sucesivo o aquellos que se prolongan, con el fin de medir qué tan sostenibles son en el tiempo, así como fomentar el deber ciudadano de contribuir al financiamiento de los medios de comunicación y, con ello, a la garantía de la libertad de expresión.

Bogotá D.C., 14 de noviembre de 2019

@TanqueAICentro