

La nueva filantropía o el negocio global de hacer el bien

RAFAEL OSÍO CABRICES ■ Periodista

Son artistas o deportistas que quieren compartir su suerte, o genios de los negocios que ahora quieren cambiar el mundo. Son hábiles con los medios y con los recursos. Son las caras visibles de un sector que mueve gente y dinero por todo el planeta. Están logrando cosas que los gobiernos o las multinacionales dejaron de hacer. Y están poniendo al descubierto las complejidades del desigual mundo de hoy.

BONO, el cantante y compositor de U2, ha tenido un mal año. Un accidente de bicicleta en Central Park, Nueva York, le produjo fracturas en las manos que le impiden tocar guitarra, tal vez para siempre. Ha tenido que enfrentar críticas por mudar, de su natal Irlanda a Holanda, la empresa que maneja los negocios de la banda, para reducir sus cargas impositivas. De paso, a millones de personas en el mundo, sobre todo jóvenes, no les gustó que en el verano de 2014 U2 subiera gratis a la nube de iTunes, a instancias de Apple, su nuevo disco: *Songs of innocence*. Pero el músico irlandés no se arredra: sigue muy activo con el grupo creado en 1978, aunque parece haber dejado atrás su cúspide creativa, y participa en un racimo de causas de las que es vocero, recaudador de fondos y gran conector de otras voluntades. De hecho, aprovechó su reciente gira por Canadá para saltar un día de Montreal a Ottawa y reunirse con los tres principales líderes políticos del país: el primer ministro Stephen Harper y los jefes de los dos mayores partidos de oposición. Que haya logrado hablar con los tres el mismo día revela su influencia, como también el haber sido aplaudido de pie en la Cámara de los Comunes, cuando pasó brevemente por las deliberaciones. Bono anda promoviendo una campaña de la organización ONE (que propone la condonación de la deuda externa de los países más pobres del mundo) llamada Politics Aside (la política a un lado), que insta a los líderes a dejar de lado sus diferencias partidistas para reducir la desigualdad en el mundo. No salieron grandes anuncios de esas reuniones, pero a todos les interesaba que se conocieran; a los políticos, porque se salpicaban con la popularidad del artista, y a Bono, porque los comprometía con la financiación y el apoyo político a iniciativas de ONE y de Ingenieros Sin Fronteras, otra organización a la que ofreció ayuda en su paso por Canadá.

En este planeta abrumado por una desigualdad creciente, terribles conflictos armados y los peligros que representan el cambio climático y las epidemias, emerge una nueva filantropía que da réditos políticos, pero también económicos. Se ha vuelto muy mal visto ser famoso o poderoso y no asociarse a una buena causa. La opinión pública está siempre ahí, bullendo en las redes sociales, presta a los juicios categóricos y a crear y destruir prestigios en cuestión de horas. Así que muchas personalidades con estatus global en diversas actividades deben calcular los riesgos de no ser percibidas como buenas personas, además de políticos influyentes, artistas talentosos, deportistas ganadores o, simplemente, espécimes atractivos.

Bono es un ejemplo conspicuo de lo que en los años sesenta empezó a emerger como el músico «comprometido»,

que usa su fama para llamar la atención sobre grandes desgracias o espectaculares injusticias que necesitan la compasión de los ciudadanos bienpensantes, en especial los jóvenes, del llamado Primer Mundo. Producto de la sensibilidad hippie, la culpa poscolonial o la empatía particular de ciertas personalidades, lo que en su momento hicieron John Lennon con sus llamados a la paz y más tarde Bob Geldof con sus conciertos colectivos sobre las hambrunas del Cuerno de África se ha prolongado a estos tiempos más escépticos, más desalentados, en figuras como el músico irlandés que nunca deja de compartir sus preocupaciones globales en cada millonario concierto que ofrece.

Bono no es el único, claro. Varias estrellas más del espectáculo o el deporte llevan años fungiendo como rostros públicos, y por lo tanto con capacidad para atraer la atención, de campañas organizadas por otras instituciones, sobre todo agencias del sistema de Naciones Unidas. Estas últimas han apelado al recurso de asociarse con gente famosa durante casi toda su historia. Para el tsunami que arrasó varias comunidades del Océano Índico en 2004, gente como el tenista suizo Roger Federer y el actor chino Jackie Chan colaboraron con la ONU en los esfuerzos de atención a los sobrevivientes. El dúo Brad Pitt-Angelina Jolie ha visitado decenas de países para hablar de las crisis de refugiados y desplazados por los conflictos. Leonardo DiCaprio produce documentales sobre el cambio climático. La joven Emma Watson contribuyó al resurgimiento del feminismo con un discurso sobre la equidad de género en la ONU, en el que invitó a los hombres a unirse a la causa. David Beckham ha estado activo como embajador de Unicef en la promoción del fútbol como sistema de alivio a las carencias de los niños en los países más pobres; hace a escala global lo que muchos deportistas latinoamericanos han hecho en sus países o regiones de origen. Otro actor y director, George Clooney, casado ahora con una prominente abogada especializada en derechos humanos, contribuyó a hacer visible para millones de personas el drama de Darfur, una aislada región árida del interior de África Oriental donde las milicias del régimen sudanés practicaban una limpieza étnica.

Estas personalidades con vocación filantrópica tienen sus temas, sus preocupaciones y sus prioridades. A diferencia de sus predecesores, estos nuevos paladines filantrópicos del mundo del espectáculo han aprendido a ser más eficientes; primero, porque sus metas son más precisas y realistas, y, segundo, porque se han beneficiado de un conocimiento sobre cómo crear campañas, recaudar fondos y financiar programas que en los años de la encamada de Lennon y el concierto para Bangladesh no existía.



David Beckham visita Filipinas como embajador de Unicef para promocionar el fútbol como sistema de alivio a las carencias de los niños en los países más pobres.

Un buen modo de gastar su fortuna

En los años de Carnegie o el primer Rockefeller, los magnates simplemente repartían parte de su riqueza a causas de su interés o hacían inaugurar teatros, museos o escuelas con su nombre. Ahora, algunos multimillonarios han abrazado el ayudar a otros como una segunda carrera. Luego de haber acumulado capitales, o conocido el poder político, han optado por proyectarse como héroes de la ayuda al desarrollo o la lucha contra la desigualdad. Al tomar ese camino, vuelcan en esas nuevas labores las habilidades excepcionales que les dieron fama y fortuna.

El magnate de origen húngaro George Soros es un ejemplo clásico. Como reza la historia oficial de la organización, en 1979 creó la Open Society Foundations (Fundaciones para una Sociedad Abierta), porque ya había ganado suficiente dinero en el negocio de los fondos de cobertura y quería ayudar a las sociedades entonces asfixiadas por el dominio comunista. Durante lo que quedaba de Guerra Fría, Soros financió los estudios de muchachos negros surafricanos y jóvenes de Europa oriental, en la creencia de que así sembraba demócratas. Luego compró fotocopiadoras y equipos para los activistas que intentaban terminar de deshilachar la Cortina de Hierro. En los años noventa, le tocó contribuir a reducir los efectos del fin del comunismo, con el alivio de las penurias de los pueblos envueltos en las guerras de suce-

sión que dejó el colapso del imperio soviético. Contrató a un experto en derechos humanos como presidente, multiplicó por diez los fondos de ayuda y participó en la atención a los perseguidos por la dictadura birmana, el fortalecimiento de la sociedad civil surafricana post-apartheid y la promoción de programas para reducir la pobreza en Baltimore, esa problemática ciudad en el país democrático y obsesionado por la libertad donde Soros se hizo rico.

Los grandes ejes de la Open Society Foundations son, hoy, apoyar los esfuerzos del Tribunal Penal Internacional para castigar a criminales de guerra, promover la transparencia en el uso de los recursos producidos por la explotación de recursos naturales y presionar para que haya más leyes de acceso a la información en más países. Hay un hilo conductor en todo esto: ampliar los límites de la democracia, hacerla más transparente, obligar a los líderes transgresores a rendir cuentas y formar activistas y líderes para que en el futuro sigan protegiendo la libertad de sus incansables enemigos.

Una experiencia diferente tiene el inglés Richard Branson, ese emprendedor proclive a romper récords y fundar compañías, que dejó los estudios para vender discos por medio de una revista estudiantil y ahora vive en una isla de su propiedad en el Caribe anglófono. Mientras Soros andaba por Europa oriental repartiendo dinero para contribuir a la transición democrática, Branson empezaba a usar los contactos que su carisma y su ta-

Fotografías: Unicef.

lento para las relaciones públicas le granjearon, mientras levantaba su emporio de líneas aéreas y firmas de entretenimiento. Con su amigo Peter Gabriel, un músico sensible a las tragedias del subdesarrollo que llevó a muchos colegas del Primer Mundo a grabar para su sello en el Reino Unido, Branson obtuvo el patrocinio de nada menos que Nelson Mandela para crear una red de consejeros que ayudaran a resolver conflictos. Exmandatarios como Gro Harlem Brundtland y Fernando Henrique Cardoso se unieron a ella. La iniciativa no llegó muy lejos, pero Branson siguió adelante. Su vínculo con Suráfrica, que le ha traído una importante amistad con el obispo Desmond Tutu, le hizo crear una universidad en ese país y una incubadora de empresas. Su carácter de empresario de la aviación lo impulsó a una iniciativa que apoya las investigaciones para crear combustibles sustentables y reducir la enorme huella de carbono del transporte aéreo. Otro tema ambiental al que Branson se ha dedicado es la caza furtiva de especies amenazadas. También ha promovido un boicot contra Uganda por las leyes que en ese país proscriben la homosexualidad.

Tal vez lo más interesante de este personaje sea el carácter poco convencional de sus ideas. Esas ideas están en sintonía con lo que él dice haber hecho para que su empresa Virgin prospere y con sus aventuras filantrópicas. La revista *Entrepreneur* publicó la filosofía que está aplicando en Virgin y espera se extienda por la cultura empresarial: dar libertad a los empleados. Branson dijo algo como lo siguiente: «Como nunca he tenido un jefe, pues siempre he trabajado por mi cuenta, quiero que quienes trabajan en Virgin disfruten esa misma libertad, así que a cada equipo a cargo de una compañía le doy libertad para que la maneje como mejor le parezca, en el entendido de que si trabajan en Virgin es porque aman lo que hacen y, por lo tanto, lo hacen bien». Branson reconoce que eso va contra las reglas tradicionales de la gerencia, pero ha resultado funcionar bien.

Hay muchos más casos de empresarios que se desempeñan con entusiasmo en el campo filantrópico, pero probablemente el más brillante de todos, por el peso de la organización que ha construido, es el del cofundador de Microsoft y su esposa. Con quince años y casi 1.500 empleados, la Fundación Bill y Melinda Gates es quizá la más relevante del mundo en el paisaje filantrópico del presente. Detrás de su lema, «Todas las vidas tienen igual valor», su discurso organizacional sostiene que sus fundadores decidieron desde el principio que no se conformarían con repartir dinero, con la esperanza de que llegara a buen término; como suele ocurrir cuando la gente rica hace donaciones: se sienten bien y son aplaudidos, pero el dinero no resuelve en realidad problema alguno. No, los Gates aplican un esquema gerencial: definir prioridades con claridad y medir el desempeño de su gestión con reportes trimestrales, metas y contabilidad clara, como una empresa exitosa.

La Fundación Bill y Melinda Gates está concentrada en la desigualdad: cómo, dónde, de qué manera atacarla. Crea y apoya programas para derribar las barreras que impiden a una persona nacida en la pobreza acceder a las oportunidades que merece. Sus iniciativas en salud, por ejemplo, han consistido en construir cloacas, financiar el desarrollo de vacunas, crear refugios para niños con HIV, entre muchas otras cosas. La fundación atiende cuatro áreas: desarrollo (ayudar a los más pobres a salir del hambre y la miseria), salud (apoyar investigación y desarrollo para erradicar enfermedades), política (promover leyes y cambios institucionales) y educación (mejorar la educación secundaria y postsecundaria en Estados Unidos). La presencia del término «global» en su diseño organizacional se debe a la convicción de que deben



Bill y Melinda Gates visitan el pueblo de Jamsaut, en el estado de Bihar, India, en 2011, donde su Fundación financia proyectos para reducir la mortalidad infantil y maternal.

concentrarse en labores con impacto planetario, cuyos efectos desciendan a la escala local; por ejemplo, contribuir con financiamiento a que algún día haya vacunas contra la malaria o el sida, o un nuevo modelo de agricultura productiva y sustentable en el África subsahariana y el sur de Asia.

En 1999 la fundación proveyó 750 millones de dólares para arrancar la Alianza Global para Vacunas e Inmunización (Gavi, por sus siglas en inglés), entre la Fundación, Unicef, el Banco Mundial y la Organización Mundial de la Salud, dedicada a extender la vacunación en los países más pobres. Gavi tiene un modelo de negocio, pero no está orientada al lucro sino a financiar el desarrollo y el uso de vacunas a escala global, con el fin de incrementar la demanda, atraer a nuevos productores y, así, bajar sus precios. Hasta ahora ha vacunado a mil millones de niños. Gavi es también una sociedad con otras tres organizaciones de tamaño considerable, y tiene también una tendencia a la burocracia y a quedarse entrapadas en la pequeña política de sus Estados miembros.

Los Gates construyen alianzas, desde el ámbito fundacional (Warren Buffett es uno de los directivos y una considerable fuente de recursos para la fundación) hasta el diseño específico de cada proyecto. Naturalmente, a Bill Gates cualquiera le atenderá una llamada. En eso, sin contar con la popularidad de alguien como Bono, tiene una capacidad de relacionarse similar a las de los grandes políticos. Entre estos últimos, la filantropía puede ser un buen camino cuando bajan del trono.

Sí hay vida después del poder

En Venezuela, y en muchas otras partes, abundan los casos de exmandatarios que han creado fundaciones u organizaciones similares, instituidas por sus partidos o sus familias. Resguardan sus archivos, protegen su memoria, organizan cursos o conferencias, publican libros. Pero, en ciertos casos particularmente venturosos, la figura de la fundación política puede ir mucho más allá.

Uno de esos casos es el de un hombre que viene del mundo de Wall Street, donde no solo aprendió las reglas del negocio, sino que también creó el modo de comunicarlo a sus participantes, continuamente, sin descanso. Michael Bloom-

berg construyó un notable patrimonio como empresario del periodismo especializado en la bolsa. El siguiente paso en su currículum fue convertirse en alcalde de la metrópolis donde había tenido tanto éxito: Nueva York. Como sucesor del popular pero controvertido alcalde conservador Rudy Giuliani, Bloomberg tuvo sus éxitos y sus fracasos, pero llevó a la ciudad por un rumbo algo diferente, más moderno, en el sentido de promover el uso del espacio público. Cerrada su etapa de tres gestiones consecutivas en la alcaldía, Bloomberg demostró que podía no solo crear agencias de noticias sino también manejar una de las tres o cuatro metrópolis más complejas y ricas del planeta. ¿Qué hacer con ese prestigio y esa experiencia, y además con una posición financiera más que solvente? Volver a los negocios, claro, y, además, extender su marca personal a una organización denominada —con el mismo plural de su colega inversionista George Soros— Bloomberg Philanthropies (Filantropías Bloomberg).

¿Qué hace Bloomberg como filántropo? Una definición rápida es extender al ámbito internacional buena parte de lo que hizo o quiso hacer en Nueva York. Si en la Gran Manzana peleó contra el tamaño de las porciones de los refrescos que se servían, ahora un programa de su división de salud pública creó un observatorio de obesidad en México. Si como alcalde mostró que podía ser un líder con ideas propias, la unidad educativa de su organización filantrópica promueve la formación de nuevos líderes en el sector de la educación pública en Estados Unidos. Y si como jefe de gobierno logró cerrar Times Square al tránsito de carros y convertir una vieja línea abandonada del metro en un parque, ahora es el enviado especial de la ONU para ciudades y cambio climático, con la misión de regar la voz sobre la necesidad de fortalecer a las urbes contra los efectos del nuevo clima. En esta línea de pensamiento, que ha ido ganando terreno, lo acompaña una entidad filantrópica más antigua, la Fundación Rockefeller, con su red de ciudades resilientes.

La Fundación Bill, Hillary y Chelsea Clinton ha alcanzado un alto grado de exposición y una extensa red de contactos. Todo empezó cuando un hombre que había sido muy poderoso, muy popular y muy seguido por los medios se encontró de pronto con que a los 56 años no tenía mucho que hacer, aparte de sus lecturas atrasadas y financiar una biblioteca a su nombre en Arkansas. Pero una vecina de Harlem que estaba a punto de perder su negocio le pidió ayuda. Se preguntó cómo podía ayudar y así empezó a hacer llamadas y a conseguir amigos que le mantuvieran ocupado en su nuevo oficio de ayudar a personas. Luego de que esa primera vecina de Harlem obtuviera asesoría para salvar su negocio, Bill Clinton reclutó un equipo de hábiles profesionales que empezaron a organizar una verdadera fundación sobre la célula que él había creado en 1997 para cuidar su legado, al estilo tradicional de los expresidentes. Década y media después, la Fundación Clinton tiene un presupuesto anual de casi 300 millones de dólares para sus once grandes iniciativas de ayuda al desarrollo. Su excepcional capacidad para reunir a gente rica y hacerles llevarse la mano a la chequera le ha hecho recaudar unos 2.000 millones de dólares.

La Fundación Clinton gana dinero con las conferencias que dan sus figuras y aprovecha sus nexos para conseguir muchísimo más. Sus causas —reconstruir Haití o que todo enfermo de sida tenga acceso a los medicamentos y que estos sean más baratos— son en realidad muchas y varían. Hay más voluntad que orden, pero los Clinton compensan la disciplina y el conocimiento técnico de los Gates con su talento para convocar estrellas, cámaras y millones. Como cabría esperar, la Fundación Clinton le está trayendo problemas a Hillary; por ejemplo,

preguntas que ella no podía esperar que alguien hiciera: ¿cómo saber si las donaciones que la Fundación consigue no son en realidad favores disfrazados, de gente con intereses económicos, a una persona que tiene gran probabilidad de convertirse en la primera presidenta de Estados Unidos, y que se sentiría obligada a devolver esos favores al llegar a la Oficina Oval?

La filantropía y la política terminan encontrándose, aunque algunos políticos pretendan huir de sus batallas del pasado metiéndose a filántropos, como hizo Bill Clinton al pasarse a la relativamente segura órbita internacional con su fundación. Existe una zona gris en la que se desarrolla una labor filantrópica que en teoría trasciende lo político (solo en teoría). Cuando la Fundación IKEA diseña refugios autosuficientes para los campos de refugiados que se multiplican por África, el Medio Oriente y Asia Central, no está haciendo política, pero está rozando las convulsas aguas de los conflictos internacionales y sus consecuencias. Cuando Google o Facebook proclaman que cada rincón de la tierra y cada uno de sus habitantes debe tener acceso a internet, no solo están hablando de ampliar su mercado potencial de consumidores; también lidian con asuntos incómodos como la censura en China y Cuba, o producen momentos no del todo fáciles de comunicar como una reunión entre Marck Zuckerberg y el presidente Juan Manuel Santos. La creciente relevancia

Se ha vuelto muy mal visto ser famoso o poderoso y no asociarse a una buena causa. La opinión pública está siempre ahí, bullendo en las redes sociales, presta a los juicios categóricos y a crear y destruir prestigios en cuestión de horas

de estas grandes iniciativas filantrópicas hace más patente el anquilosamiento de Naciones Unidas y, con frecuencia, deja mal parados a los gobiernos.

El mundo crece y se complica, abre espacio para las preguntas. No hay una historia plana de generosidad absoluta. No es solo caridad o «responsabilidad social corporativa». La filantropía del presente es un negocio y una profesión para mucha gente. Las fiestas y los banquetes para recaudar fondos constituyen grandes acontecimientos sociales y han ido adoptando otras formas, como las reuniones que organizan los Clinton en los alrededores de una cumbre como la de Davos, para amarrar a Carlos Slim con un proyecto de telefonía en la franja de Gaza. Es una industria por derecho propio que fabrica prestigio para una marca o una persona. Es una creación en buena parte de Estados Unidos, donde prosperó en el siglo XIX mediante una combinación de ética protestante, desconfianza en el gobierno y dinero de sobra. En Los Ángeles hay consultores que asesoran a las celebridades sobre cuáles organizaciones de caridad apoyar y cómo proyectar sus imágenes al hacer las donaciones. Hay empresas, como Swell Investing de California, que ofrecen a los inversionistas asesoría sobre dónde poner su dinero para que no solo rinda dividendos, sino también haga el bien; es decir, colocar inversiones en compañías que tienen programas de responsabilidad social corporativa, como Wal-Mart o Coca-Cola. El dinero de esos inversionistas bien intencionados eventualmente ayuda a gente que lo necesita, pero en el camino produce ganancias para Swell Investing y para las corporaciones intermediarias que hacen el trabajo directo de ayudar o financiar la ayuda. Y todos contentos y con su conciencia en paz. ■