Escala Crítica/Columna diaria

*Pide AMLO retirar una agresiva campaña: “Quédate vivo” *El trueque y el cooperativismo, ¿el futuro de la economía? *Su ecia, Suiza, México: experiencias y diferencias en la epidemia

Víctor M. Sámano Labastida

AYER el periodista Jenaro Villamil, responsable del sistema de radiodifusión del gobierno mexicano, ofreció una cátedra sobre “infodemia”, esto que caracterizó como “la sobreabundancia de información falsa, maliciosa o medias verdades sobre la pandemia y su rápida propagación a través de las personas y de los usuarios de redes sociales” (redes virtuales).

En esa misma jornada tuvimos un ejemplo de esta información maliciosa, pues desde muy temprana hora del miércoles se difundió que el presidente Andrés Manuel López Obrador pidió suspender la campaña “Quédate en casa”, sólo que no se aclaró que se trataba de la propaganda de la denominada “Alianza Estratégica de las Marcas”, que comenzó a difundirse en la Ciudad de México.

Hay pues, dos campañas: la oficial con la frase “Quédate en casa”, que es utilizada inclusive en varios países, y la de un grupo de publicistas: “Quédate en casa, quédate vivo”. La primera se la hemos escuchado no sólo a López Obrador, sino sobre todo al jefe de la cruzada contra la epidemia, Hugo López Gatell; identifica el llamado a la desmovilización y el confinamiento, como un mecanismo para evitar la propagación de los contagios.

La segunda tiene un sentido agresivo, y así lo reconocen sus propios patrocinadores. Esta otra se complementa con expresiones como: “Si me lees, quizá te mueras, quizá mates a alguien”; “Salva tantas vidas como un doctor sin salir de casa”; “Si estás leyendo esto, nuestro pésame”; “A este póster le importa más tu familia que a ti”; “No quieres estar encerrado en casa, pero sí en un ataúd”; “Si saliste sólo a visitar a la familia: despídete”.

A esto es a lo que se refirió López Obrador cuando pidió que esperaba que fuera retirada: “respetuosamente no avalo esa campaña, no soy partidario del autoritarismo”, pero al mismo tiempo pidió que “confiemos en la gente, en la madurez de los ciudadanos que van a seguir ayudándonos, quedándonos todos en casa, que van a seguir atentos a las recomendaciones”. Sigue vigente, entonces, el “quédate en casa” y con más razón ahora en el punto más crítico de la epidemia.

VOLVER AL ORIGEN

MUCHOS cambios habrá -ya están sucediendo- en diversas partes del mundo por decisión o por necesidad, acelerados por la actual pandemia. Además del ya conocido distanciamiento social, y del que seguramente derivarán más exigentes medidas sanitarias en los viajes al extranjero, este diario daba cuenta de un mecanismo económico-social que comienza a resurgir, ahora apoyado en las nuevas tecnologías: el trueque de productos o servicios.

En las páginas de internet se promueven grupos de intercambio, ante la falta de dinero circulante y el cierre de muchos centros de trabajo. Aunque el trueque es tan antiguo como el surgimiento de grupos humanos con actividades diferenciadas, más cercano en el tiempo este sistema cobró auge en Sudamérica durante la crisis de los años noventa.

Argentina, que venía de una caótica economía heredada por las dictaduras y el modelo neoliberal, fue uno de los países donde se establecieron amplias redes del trueque: cambio de productos por productos, productos por servicios, o servicios por servicios.

Argentina es un buen ejemplo de sociedad en la que siguen funcionando las redes de trueque que proliferaron por América del Sur en los años noventa, debido a la crisis económica. Se extendieron así por países como Brasil, Colombia, Chile, México, Perú, El Salvador, Bolivia y Uruguay.

Podemos dar testimonio de la práctica de este tipo de intercambio en comunidades de Oaxaca y Chiapas, también se la encuentra en Morelos, Puebla, Hidalgo y Michoacán, entre otros estados donde se conservan los tianguis y mercados populares. Por lo general, en paralelo a los mercados donde se utiliza el dinero también se mantienen plazas de trueque.

Le comentaba recientemente sobre iniciativas como las Redes Vecinales de Solidaridad (Reves), apoyadas en la estructura de la Iglesia Católica; al mismo tiempo se van multiplicando esquemas de ayuda mutua y cooperativismo con larga tradición en el país.

En Campeche, por ejemplo, tres cooperativas se coordinaron con el Programa de Pequeñas Donaciones del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), y de la Alianza Peninsular de Turismo Comunitario, para resolver la necesidad de productos de consumo básico en esta pandemia. Habrá oportunidad de revisar varios casos, pero al movimiento del consumo local seguramente se sumará el de los mercados tradicionales del trueque y las redes apoyadas en la comunicación virtual.

DE CURVAS Y PICOS

EL DOCTOR Hugo López Gatell afirmó que México está logrando “aplanar la curva”, con resultados similares a países como Suecia y Suiza. Ya le comentamos que no se trata de la

desaparición de la epidemia, sino de un esquema más controlado para su combate…aunque se alargue en el tiempo, pero con medidas menos drásticas. Compartí estos datos: a la fecha en la que López Gatell hizo su comparativo, Suiza llevaba 30 mil infectados y mil 790 defunciones; Suecia registraba 23 mil 216 infectados y 2 mil 854 muertes. Un aspecto que no debemos perder de vista es que mientras México tiene más de 112 millones de habitantes, Suiza tiene sólo 8 millones 500 mil y Suecia, 10 millones 171 mil. Otro dato que nos sirve para dar seguimiento tema es que México tiene más del doble de densidad de población (57 por km2) que Suecia (22.6); el caso de Suiza es distinto porque en sólo 41 mil km2 se distribuye su población en un promedio de 205 habitantes por km2. Según entiendo, lo importante de "aplanar la curva" (esto es hacer más lento el contagio) es contar con los recursos sanitarios suficientes para evitar el colapso de la atención. (vmsamano@hotmail.com)