

Sociedad y salud

La solidaridad de los mexicanos

Dr. Jesús Humberto Del Real Sánchez

La solidaridad es un bello concepto, una virtud en la que aflora lo mejor del ser humano: pensar y dedicar tiempo y esfuerzo para mejorar las condiciones del “otro”. (Kraus A., *Solidaridad*, El Universal, Nov. 25, 2012).

En la religión católica Santiago apóstol nos dice: “*Vana es la fe, si ésta no se acompaña de las obras*”. El “*Buen Samaritano*” es un ejemplo clásico de solidaridad.

La filósofa y eticista Victoria Camps (*Qué hay que enseñar a nuestros hijos*, Plaza Janes, Barcelona, 2000), considera que en lugar del término solidaridad deberíamos utilizar el de generosidad en el ámbito familiar, ya que, para ella, solidaridad en un término institucionalizado, cuyo objetivo son las víctimas de los desates naturales, la guerra, los accidentes, etc., situación siempre distante.

Para mí, el término solidaridad debe ir más allá de la inmediatez, para diferenciarlo del altruismo animal que siempre es en la inmediatez: los animales también son capaces de realizar acciones para salvar o defender a un miembro del grupo, cuando éste está en peligro.

La solidaridad de los mexicanos

Es un fenómeno poco estudiado. Entre las investigaciones relacionadas con este tema tenemos la Encuesta sobre Filantropía y Sociedad Civil (ENAFI) (Layton, M. *¿Cómo se paga el Capital Social?: El caso México*, Foreign Affairs en Español, 2006; 6 (2): 163-172). Los hallazgos más importantes de esta encuesta en los cuadros 1 y 2.

Otra de las investigaciones sobre la solidaridad de los mexicanos es la Encuesta Nacional de Solidaridad Social y Acción Voluntaria (ENSAV) (Butcher, J. (Editor), *México Solidario y Voluntariado*, Cemefi-Limusa, ITSM, Instituto Mora, México, D.F, 2008), cuyos aportes más importantes pueden verse en el cuadro 3.

Mitos y realidades sobre la solidaridad de los mexicanos

(De acuerdo con los resultados de la Encuesta Nacional de Solidaridad y Acción Voluntaria)

Mito 1. Los mexicanos sólo ayudan en desastres pero no de manera regular.

Supuestos. Tradicionalmente se ha considerado generosos a los mexicanos en cuanto a sus actividades solidarias hacia otros en tiempos de desgracias, especialmente hacia sus seres más queridos.

Realidad. Los resultados de la encuesta no apoyan esas afirmaciones, ya que 66% de los entrevistados han realizado actividades formales o informales a favor de los demás fuera de su ámbito familiar y sin recibir pago alguno por ello.

Mito 2. Los mexicanos no somos participativos, excepto en las iglesias.

Supuestos. Los mexicanos somos menos participativos en comparación con otros pueblos, incluso con nuestros compatriotas que viven del otro lado de la frontera norte.

Realidad. Los resultados de la encuesta nos dicen que 29% de los mexicanos hace actividades voluntarias en una institución, otro 13% con vecinos y compañeros, y 3% más de manera informal, lo que en suma nos da 45%.

Mito 3. Los mexicanos utilizamos el tiempo libre cotidiano en actividades familiares, deportivas y recreativas, viendo la televisión, pero no para ayudar a los demás.

Supuestos. 65% de los mexicanos vemos dos o más horas diarias de televisión y sólo el 33% lo hace menos de una hora. Pero también donan una parte de su tiempo libre en beneficio de los demás de manera voluntaria.

Realidad. La encuesta nos muestra que 32% de los mexicanos realiza acciones voluntarias no remuneradas por lo menos una vez por semana (9% lo hace a diario, 10% cada tercer día y 13% una vez por semana).

Mito 4. Los mexicanos no ayudan con tiempo, menos con dinero.

Supuestos: Muchos piensan que la mayoría de los mexicanos son personas que sólo se preocupan por su familia y por sí mismos.

Realidad: De acuerdo con los datos de la encuesta 56% de los mexicanos acostumbran dar dinero, 20% ropa y 7% alimentos.

Mito 5. Las iglesias son las instituciones que más ayudan

Supuestos: Tradicionalmente se ha aceptado que una de las misiones más importantes de las iglesias es ayudar a los necesitados.

Realidad. El 36% de los entrevistados aceptó haber recibido algún tipo de ayuda y 64% dijo que no. Al preguntar de quién habían recibido la ayuda, 46% respondió que del gobierno, 26% de personas no parientes, 12% de organizaciones no religiosas y 12% de las iglesias.

Teletón: ¿Filantropía o elusión fiscal?

En este apartado, baso mis observaciones en el artículo “*Teletón: ¿Filantropía o elusión fiscal?*” de Ciro Murayama, Investigador de la Facultad de Economía de la UNAM, periódico *El Universal*, Noviembre 17 de 2011.

De acuerdo con el portal oficial de Teletón, éste es un proyecto de unidad nacional que ofrece la oportunidad de renovar la confianza en las personas y las instituciones “alrededor de una causa social”. Sin embargo, a este proyecto se le pueden hacer varios cuestionamientos, el más relevante es que se trata de una forma a través de la cual sus impulsores reducen el pago de sus obligaciones fiscales, y en algunos casos pudiera tratarse de un verdadero fraude. Los donativos del público al Teletón (ya sea con cargo al recibo telefónico, depósito bancario, cajero automático, etc.), no generan en automático un recibo deducible de impuestos, por lo que las empresas que captan estas donaciones bien pudieran solicitar, para ellas, la exención fiscal gracias a las aportaciones de tercero.

Murayama nos dice que en relación al bajo cumplimiento de las obligaciones fiscales de las grandes empresas: La Auditoría Superior de la Federación (ASF) señaló que en 2005 “50 grandes contribuyentes pagaron sólo 74 pesos de ISR (impuesto sobre sus ingresos personales)”.

La ASF también señaló que “10 grandes contribuyentes recibieron una devolución promedio de 172 mil pesos cada uno y que “los beneficiarios de estos importantes cantidades corresponden, en general, a empresas de la industria automotriz, productos fotográficos, panificadoras, acereras, y tiendas departamentales y autoservicio, e instituciones financieras”, esto es, un conjunto de empresas identificadas con los patrocinadores del Teletón.

Redondeo: ¿Altruismo o negocio?

En este otro apartado baso mis observaciones en el artículo “Redondeo: ¿Altruismo o negocio?” de Josefina Real, La Gaceta, Universidad de Guadalajara, Mayo 14 de 2007.

La práctica del redondeo en las tiendas de departamentales y autoservicio, y especializadas en donaciones para causas justas se ha convertido en un hecho cotidiano en México y prácticamente obligatorio.

En principio, el redondeo parece una opción que debería merecer nuestro reconocimiento, sin embargo, al igual que el Teletón, se presta a la posible utilización de esas donaciones para que las empresas que los colectan pidan exención de impuesto, o por lo menos jineten el dinero.

Aunque no podemos asegurar que las empresas utilicen estos fondos para obtener exenciones fiscales, sí podemos decir que existe poca transparencia, lo que merma la confianza de los donadores.

Para finalizar, diré que la auténtica solidaridad es aquellas en la que los donadores utilizan sus propios recursos, dinero, bienes materiales, trabajo de voluntariado, etc., sin esperar más recompensa que la satisfacción de haber ayudado al otro.

Cuadro 1. ¿Cuánta confianza tiene en las siguientes organizaciones?

Institución u Organización	Mucho-Algo	Poco-Nada
Iglesia	77 %	21 %
Medios de comunicación	55 %	44 %
Grupos de barrio o vecinos	34 %	59 %
Gobierno Federal	28 %	36 %
Grandes empresas privadas	28 %	39 %
Organizaciones sociales o ONGs	22 %	69 %
Congreso de la Unión	22 %	73 %
Sindicatos u organizaciones obreras	19 %	74 %
Partidos políticos	17 %	81 %

Nota: Los faltantes para 100 corresponden a los que contestaron no sé.

Fuente: Michael Layton. Foreign Affairs en Español 2006; 6: 166-172

Cuadro 2. ¿En los últimos 12 meses contribuyó a las causas sociales?

Forma de contribución	Sí (%)	No (%)
Dando limosna en la calle	77	23
Participando en la colecta de Cruz Roja	69	31
Dando comida, alimento o vestimenta	58	42
Participando en campañas como el redondeo	45	56
Donando para el teletón o el juguetón	43	57
Comprando fichas como “un kilo de ayuda”	38	62
Por medio de cajero automáticos	9	91
A través de deducciones periódicas	8	92
Por Internet	3	97

Fuente: Michael Layton, *Foreign Affairs en Español*, 2006; 6: 166-172

Cuadro 3. Características de la solidaridad de los mexicanos

66% de los entrevistados han hecho por lo menos una actividad para los demás sin pago, 33% dos actividades y 16% tres
Iglesias, vecinos, escuelas y enfermos son las más mencionadas.
40% las continúa haciendo y 53% las hizo el último año
33% tiene más de 10 años haciéndolas y 23% entre 10 y 1
9% lo hace diario, 10% cada tercer día y 13% semanalmente
12% ayuda 6 horas por semana, 10% entre 3 y 6 horas y 25% entre 1 y 3 horas
29% lo hace en una institución, 13% con vecinos y amigos y 3% informalmente
56% acostumbra dar dinero, 20% ropa y 7% comida
63% da directamente, 12% a través de la iglesia y 7% grupos de amigos
64% nunca ha recibido ayuda, 36% sí, la ha recibido: 46% del gobierno, 28% personas no parientes, 12% de grupos no religiosos y 12 % de las iglesias.

Fuente: CEMEFI, *Universidad Iberoamericana, México, D.F., 2005*