

Civiencia es una empresa experimental en muchos sentidos. Principalmente no solo nos dedicamos a la investigación y a estimular la actitud investigadora. También estamos ensayando algún procedimiento ético que nos permita hacer realidad el sueño de democratizar la ciencia mediante una iniciativa empresarial, es decir, consiguiendo dinero que permita pagar todo lo necesario y viabilizar la organización.

Este documento es una reflexión en abierto. Es lo que nos planteamos para...



Democratizar sin morir

[Fundamento](#) (1) - [Conseguir fondos](#) (3) - [Evolución](#) (5)

Fundamento

[↑Subir](#)

Hábitos desequilibrados de investigación

La conducta humana es objeto de investigación continua. Los medios de comunicación quieren saber sobre los espectadores; las empresas, sobre las necesidades y deseos de los consumidores potenciales; los partidos políticos, sobre las tendencias de votantes. Empresas, universidades e instituciones científicas investigan la conducta humana mediante cuestionarios, observación directa, análisis de redes sociales, etc. Miles de millones de habitantes del planeta todos los días regalan grandes dosis de información sobre su comportamiento. Esa información facilita un saber muy útil sobre cómo la conducta de las personas y cómo obtener provecho de ello.

Solo una pequeña parte de la sociedad tiene la posibilidad de investigar. No solo se trata de contar con conocimientos especializados, sino fundamentalmente se trata de recursos. La mayor parte de las empresas del planeta son pequeñas. No tienen capacidad para contratar los servicios de investigación. Igual ocurre con la inmensa mayoría de las organizaciones sin ánimo de lucro, que trabajan sobre temas tan importantes como la paz, la migración, la ecología, los derechos de la mujer, derechos indígenas, lingüísticos, etc. Lo mismo ocurre respecto a las asociaciones de barrio y la inmensa mayoría de los individuos.

En definitiva, la gran mayoría del planeta está reducida al papel de suministradora de información y consumidora de los productos que se derivan del conocimiento que se ha generado con esa información.

Objetivo de Civiencia

Civiencia nació por el deseo de colaborar en la solución de ese desequilibrio. Por ello su lema es "Democratizamos la ciencia". El objetivo no es divulgar los hallazgos científicos, sino que las personas de a pie realicen esos hallazgos, que se hagan científicas, que todo grupo o individuo que no ocupa una posición de poder pueda estudiar científicamente la conducta humana. Ello exige trabajar a su vez en tres frentes:

1. Adquirir una actitud científica,
2. Sentirse capaz de investigar y
3. Contar con medios para ello.

Por ello, **Civiencia** busca estimular en la población general la tendencia a investigar, hacer posible que toda persona pueda aprender a realizar investigaciones con garantías científicas y suministrar recursos suficientes para ello, recursos al alcance de todo el mundo, desde quien no posee una sola moneda hasta el representante de una potente universidad.

Investigando para estimular la investigación

Civiencia lleva ya cierto recorrido investigando cómo ayudar a que las personas sientan la llamada a investigar. Y el pequeño equipo humano que sustenta el proyecto lo lleva haciendo años antes de que apareciera la idea de montar una empresa.

Una de las conclusiones claras es que las personas han aprendido, a lo largo de su existencia, a no sentirse poderosas, a no creer en sí mismas, a desplazar responsabilidades hacia otras personas, a quienes consideran "especialistas". La ciencia es algo que suena demasiado lejano, demasiado ambicioso. Hacer ciencia es una tarea que hay que dejar para las personas que valgan para ello. E, insisto, hemos aprendido a que para eso no valemos.

Así que **Civiencia** se ha encontrado muchos problemas para estimular la actitud científica. Hemos encontrado algunas claves y las hemos comenzado a poner en marcha. Los resultados son prometedores. Pero no darán fruto rápido. Es una labor educativa y, por tanto, requiere confianza, paciencia y una visión a muy largo plazo. Digamos que tenemos claro, que **Civiencia** trabaja hoy para frutos que aparecerán cuando quizá ninguno de sus miembros viva para verlo. Por eso es necesaria la confianza en que lo que estamos sembrando dará frutos.

Otras dos conclusiones claras son que la mayoría de las personas (1) deciden dar un paso cuando observan que otras ya lo han dado y les va bien; y (2) que las redes sociales poseen un gran atractivo. Así que pensamos "¿Y si estimulamos la actitud científica mediante una red social, primero con especialistas y, a partir de ello, con la población en general?" Así nació **NiFARU**.

NiFARU representa el corazón de lo que queremos hacer. Es un recurso gratuito, que cualquier persona con conexión a Internet puede utilizar. **NiFARU** cuenta con recursos de investigación insertos en una red social que estamos diseñando en primer lugar para especialistas o gente curiosa que ya ha sentido la llamada de la ciencia. En primer lugar queremos darles algo que sea muy útil, que resuelva muchos problemas. Y que para utilizarlo deban colaborar, unas con otras, ayudándose unas a otras, formando unas a otras y mejorando la comunidad de investigadores. Tenemos confianza en que una vez la red esté en marcha, cada vez más personas sin formación científica sentirán la llamada y contagiarán a otras. No tenemos prisa. Cualquier gran camino comienza con un paso.

Caminos posibles

Una empresa tiene un nombre, un sitio, una plantilla, unos recursos a contratar con proveedores y debe pagar no solo todo lo necesario para el funcionamiento directo de su misión, sino que también ha de responsabilizarse socialmente mediante el pago de impuestos.

El sitio natural de las empresas es el mercado. Dado que **Civiencia** tiene un objetivo que puede hacerla parecer una ONG, podría pedir subvenciones al Estado. Pero no nos parece bien. Mejor que esas subvenciones vayan a las ONGs. No es ético competir con ellas.

Otro recurso habitual, muy habitual, para conseguir dinero es la inversión de terceros. Hay personas que ya tienen dinero y lo ponen en funcionamiento en un proyecto empresarial, con la aspiración de recuperarlo después, con suficientes beneficios como para concluir que mereció la pena. La inversión es una entrada fácil de dinero. Pero **Civiencia** decidió no acudir a ello. Queremos ser libres. Una observación pausada sobre cómo funciona la historia de las empresas con buen corazón nos lleva a concluir que las inversiones mataron la actitud inicial. Cuando se adquiere el compromiso de tener que dar beneficios a corto plazo, se pierde la libertad y, con ello, la oportunidad de tomar decisiones en la línea de la idea que promovió el proyecto.

Le hemos dado muchas vueltas y no encontramos otra forma de conseguir dinero que la que cuento a continuación.

Decisiones actuales

Lo primero ha sido definir con precisión qué queremos ofrecer absolutamente gratis. Y blindarlo, es decir, proteger esa decisión de cualquier contratiempo futuro. He aquí lo que queremos ofrecer en ese paquete:

1. Recursos de aprendizaje que capaciten para llevar a cabo investigaciones sobre el comportamiento humano: textos, manuales, páginas interactivas, vídeos, cursos MOOC y, en definitiva, cualquier producto estable que permita a una persona lega en la materia ponerse las pilas y aprender a llevar a cabo investigaciones sobre el comportamiento humano.
2. Una comunidad de investigadores mediante la red social **NiFARU**. La intención es que la comunidad de investigadores se apoye mutuamente, pida ayuda, genere recursos, comparta investigaciones, etc.
3. Un software-red que resuelve los desafíos habituales de la investigación: diseñar un cuestionario u otro recurso de recogida de datos, recoger los datos, analizarlos, sacar conclusiones, dar forma a reportes de investigación y divulgarlos.

En concreto, lo que puede hacerse gratis en **NiFARU** es lo siguiente:

- Tener una cuenta como investigador.
- Generar investigaciones sin límite. No obstante el número de ellas que pueden estar en abierto al mismo tiempo está limitado a 3. ¿Por qué? Porque creemos que una persona u organización sin recursos no va a afrontar muchas investigaciones en paralelo. Si alguien necesita más de 3 simultáneas es que se está dedicando a ello.
- Utilizar todos los comandos *suficientes* de **NIFO**. **NIFO** es el lenguaje de comandos de investigación de **NiFARU**. Cualquier investigador puede utilizar todos los comandos. Pero hemos creado algunos de ellos bajo el

epígrafe de "supercomandos", que no son estrictamente necesarios, sino que abren algunas posibilidades atractivas (como diseñar la apariencia de las opciones de botón) o agilizan el trabajo (como la inserción de cuestionarios, ya mencionada).

- Invitar a investigadores. En la práctica, es habitual que alguien desee compartir con otro alguien el diseño de una investigación, sus instrumentos o sus datos. Así que cualquier investigador de **NiFARU** puede invitar a otros a su investigación, del mismo modo que posteriormente podrá des-invitar.
- Utilizar todos los recursos de **NiFARU** necesarios en el proceso de investigación: crear el instrumento de recogida de datos, analizarlos y generar el informe final.

¿Ambicioso? ¡Claro que sí! Sin duda.

Pero eso decidimos y hemos adquirido el compromiso de hacerlo realidad.

Protegido ese paquete para la democratización de la ciencia. ¿Cómo esperamos encontrar fondos, conseguir dinero?

1. Mediante productos "añadidos" en **NiFARU**. Por ejemplo, toda persona puede hacer un cuestionario. Pero sobre ello ofrecemos servicios que permitan agilizar el trabajo, como es acceder a un paquete de cuestionarios ya codificados, publicados en la comunidad científica, con algunas utilidades interesantes, como es la inclusión de las referencias en el reporte final. Lo que se paga en este caso es agilidad y comodidad. Esperamos que empresas y equipos de investigación escogerán esta opción.
2. Mediante servicios a la carta. El espíritu de **Civiencia** es la investigación. Es lo nuestro, el área en el que nos movemos como pez en el agua. Así que ofrecemos servicios para realizar investigaciones a la medida de las necesidades del cliente, lo que incluye a todos los aspectos relacionados con la investigación: diseño, realización, análisis, reportes, formación, congresos, etc.
3. Mediante la publicidad y la venta de resultados de investigación. Al abrir una cuenta en **NiFARU**, el investigador acepta dos aspectos:
 1. Recibir publicidad. Se trata de una publicidad interesante para investigadores, ofertas de productos o servicios que tienen que ver con lo que hacemos. **Civiencia** está comprometida con el objetivo de que la recepción de publicidad esté limitada y no agobie o incomode a investigadores. Se puede *contratar* no recibir publicidad.
 2. Que los datos que generes pueden ser ofrecidos por **Civiencia** a otras organizaciones. **Civiencia** sigue una política minuciosa de protección de datos. No se ofrece ningún dato de investigadores, nada que tenga que ver con su comportamiento, con lo que hace, prefiere, etc. No jugamos con ello. Pero sí es coherente ofrecer los resultados de las investigaciones. Imagina, por ejemplo, que has llevado a cabo una investigación en tu barrio sobre cómo vecinas y vecinos conciben la entrada de inmigrantes durante los últimos años. Te preocupa (a ti y a tu organización) que pudieran aparecer indicios de racismo o rechazo y decidiste recoger información para tomar buenas decisiones y actuar en el barrio. Es posible que un equipo de investigación de una universidad, que está estudiando actitudes frente a la inmigración, esté interesado en comprar los datos de tu investigación y de otras similares generadas por más investigadores. No hay nada en ello que te afecte ni a ti ni a las personas que respondieron el cuestionario. Esos datos van a ser más útiles. Y **Civiencia** obtendrá algo de dinero (poco, pero ya sabes, muchos pocos hacen mucho).

Civiencia es una empresa muy pequeña. Nos comemos el mundo. Tenemos mucha pasión y un alto convencimiento en lo que estamos haciendo. Pero somos poquita cosa. Muy poca gente haciendo mucho.

NiFARU está dando sus primeros pasos. Quizá pienses que los ingresos por publicidad y por venta de datos van a ser cuantiosos. Pero la realidad es que no pueden ocurrir hasta que la red alcance grandes dimensiones, lo que no va a ocurrir de inmediato. Tendremos que esperar años.

Por la misma razón, pasarán años hasta que **Civiencia** sea una empresa muy atractiva para los servicios a la carta.

En definitiva, nuestros ingresos ahora dependen en buena medida de los productos y servicios añadidos en **NiFARU**.

Nuestro objetivo es que conforme la red social crezca y aparezcan nuevas formas de ingreso, iremos liberando recursos de **NiFARU**, es decir, pasándolos de la condición "de pago" a "gratuitos". De momento, los necesitamos.