

ÉTICA MULTICULTURAL Y SOCIEDAD EN RED

Luis Germán Rodríguez L. (Coordinador general)

Miguel Ángel Pérez Álvarez (Coordinador temático)

Telefónica
FUNDACIÓN

Ariel

Esta obra ha sido editada por Ariel y Fundación Telefónica en colaboración con Editorial Planeta, que no comparten necesariamente los contenidos expresados en ella. Dichos contenidos son responsabilidad exclusiva de sus autores.

© **Fundación Telefónica, 2014**

Gran Vía, 28
28013 Madrid (España)

© **Editorial Ariel, S.A., 2014**

Avda. Diagonal, 662-664
08034 Barcelona (España)

© de los textos: Fundación Telefónica

© de la ilustración de cubierta: Rawpixel / Shutterstock

Coordinación editorial de Fundación Telefónica: Rosa María Sáinz Peña

Coordinación editorial de Fundación Telefónica Venezuela: Ana Vass, Asesora de Arte y Conocimiento

Coordinador general: Luis Germán Rodríguez L.

Coordinador temático: Miguel Ángel Pérez Álvarez

Primera edición: noviembre de 2014

El presente monográfico se publica bajo una licencia Creative Commons del tipo: Reconocimiento - NoComercial - Compartirlgual



ISBN: 978-980-271-459-9

Depósito legal: If52220130014516

Impresión y encuadernación: Gráficas Lauki, C.A.

Impreso en Venezuela - Printed in Venezuela

El papel utilizado para la impresión de este libro es cien por cien libre de cloro y está calificado como **papel ecológico**.

Índice

Presentación	XIII
<i>Pedro Cortez, Presidente Telefónica Venezuela y Fundación Telefónica Venezuela</i>	
Presentación	XV
<i>Francisco Gil Díaz, Presidente Telefónica México y Fundación Telefónica México</i>	
Prólogo	XVII
<i>Miguel Ángel Pérez Álvarez y Luis Germán Rodríguez Leal</i>	
1. Desafíos teóricos y prácticos de la ética intercultural de la información	3
<i>Rafael Capurro</i>	
1.1 Desafíos teóricos de la ética intercultural de la información.	5
1.2 Desafíos prácticos de la ética intercultural de la información.	12
1.3 EII en Latinoamérica y el Caribe	17
2. Internet y comunicación intercultural: aspectos éticos y políticos ..	27
<i>Antonio Marturano</i>	
2.1 El ascenso de Facebook.	30
2.2 Sociedades abiertas, cerradas y abstractas	32
2.3 La Revolución de Jazmín	33
3. Ética en las redes sociales. Dilemas y reflexiones	39
<i>Raúl Trejo Delarbre</i>	
3.1 Tropiezos éticos en la realidad virtual	39
3.2 Los <i>twitteros</i> «terroristas»... y mentirosos	42
3.3 Fascinación por las identidades simuladas	43
3.4 Habermas, repentinamente en Twitter	45
3.5 Indignación ciudadana, intolerancia y racismo	46
3.6 <i>#Kony2012</i> . Solidaridad y confusión globales	47
3.7 Velocidad y fugacidad en el altruismo digital	51

4. Redes sociales, culturas libres y controles	55
<i>Bibiana Apolonia del Brutto</i>	
4.1 Efectos de la globalización en los espacios sociales, territoriales y digitales	56
4.2 La inclusión del concepto de riesgo en la posmodernidad y en las redes sociales	59
4.3 Libertad, privacidad y controles	63
5. Pluralismo epistemológico y redefinición cultural de las tecnologías de la información y la comunicación	71
<i>Mónica Gómez Salazar</i>	
5.1 Pluralismo ontológico-epistemológico	72
5.2 Las TIC como hechos, valores y fines	73
5.3 Problemáticas de criterios éticos universales	75
5.4 Opresión y dominación	77
5.5 Noción de autonomía, toma de decisiones y pluralidad de valores	78
5.6 Migrantes indígenas mexicanos y preservación de la identidad cultural	81
6. Ética de la información e inclusión social, con enfoque especial en la diversidad lingüística	87
<i>Daniel Pimienta</i>	
6.1 La inclusión social en Internet	88
6.2 Lenguas y contenido en Internet	90
7. Ética de la información y la educación. Hacia un uso positivo de las redes sociales en la educación básica y media básica.	103
<i>Miguel Ángel Pérez Álvarez</i>	
7.1 La educación en el contexto digital de la sociedad en red	104
7.2 El contexto de la sociedad en red	104
7.3 Aprender a vivir en la red	106
7.4 Educación en el contexto de la sociedad del conocimiento o de los «saberes compartidos»	107
7.5 Las nuevas condiciones en las que se construyen el criterio moral y la ciudadanía. El papel de las redes sociales y el uso de las TIC en el desarrollo del criterio moral	108
7.6 Ética para la libertad	111
8. Reflexiones éticas sobre el potencial de las tecnologías emergentes habilitadas por las tecnologías de la información y la comunicación	115
<i>Pablo Liendo-Chapellín</i>	
8.1 La vida	116
8.2 Dónde está la información	116
8.3 Lo ético	117
8.4 Las realidades	118
8.5 Realidad virtual	119

8.6 Sexualidad	120
8.7 Metáforas virtuales	121
8.8 Virtualización de la realidad	122
8.9 Tecnologías emergentes	124
8.10 Transhumanismo	126

Raúl Trejo Delarbre. Resumen curricular

Raúl Trejo Delarbre (México D.F., 1953) es doctor en Sociología por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, maestro en Estudios Latinoamericanos y licenciado en Periodismo por la misma facultad.

Es investigador titular en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, institución en donde es académico desde 1974. En la misma universidad, además, es profesor del posgrado en Ciencias Políticas y Sociales, que tiene como sede la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, así como de la licenciatura en Comunicación en dicha facultad. Ha sido profesor en la Facultad de Economía. Fue miembro del Consejo Académico del Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales en representación del Instituto de Investigaciones Sociales.

Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), con el nivel III. En la UNAM tiene el nivel D en el Programa de Estímulos a la Productividad y el Rendimiento del Personal Académico.

Es autor de 17 libros. Ha dirigido o se encuentra dirigiendo 23 tesis de licenciatura, 13 de maestría y 5 de doctorado, y ha sido o es miembro de comités tutorales en 11 tesis doctorales.

Ha participado, con ponencias originales, en 170 congresos y eventos académicos en México y otros países.

Es coordinador, junto con la doctora Elsie McPhail Fanger, del seminario mensual Metodología y Prospectiva de los Medios de Comunicación, que se reúne desde 2004 en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.

3. Ética en las redes sociales. Dilemas y reflexiones

Raúl Trejo Delarbre

Investigador en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM
<http://rtrejo.wordpress.com/>

Resumen

Ocuparse de la ética implica incursionar en terrenos resbaladizos. Aunque a simple vista todos entendemos cuándo estamos frente a un comportamiento ético y cuándo ante otro que no lo es, siempre hay margen para la discrecionalidad y la subjetividad en tales apreciaciones. Para decirlo con un ejemplo drástico: matar no es ético, además de ser la conducta más contrapuesta a la civilización. Pero todas las civilizaciones han dispensado, e incluso promovido, guerras por causas que creen justificables. La eutanasia y el suicidio, por otra parte, son derechos de las personas en cuyo ejercicio la condena ética a la muerte premeditada queda en paréntesis debido a consideraciones más relevantes (evitar sufrimientos que no tienen remedio, o la simple facultad de los individuos para disponer de su propia vida).

El sentido común y el raciocinio, así como la convivencia en sociedad y la búsqueda de la felicidad, son algunos de los parámetros que hacen necesaria la ética. Se trata de una colección de principios morales que permiten coexistir sin dañar a otros y tomar decisiones sin perder el sueño por ello. Desde luego siem-

pre hay abusivos y cínicos que no tienen reparo en violentar cualquier consideración ética. El orden jurídico existe, o debiera funcionar, para castigar a quienes cometen delitos. La ética nunca reemplaza a las leyes pero permite distinguir lo bueno de lo malo. La ética orienta las acciones de individuos que tienen libertad para emprender una acción, o la contraria. La ética constituye, en tal sentido, una suerte de carta de navegación para transitar por la vida. Pero en un mundo sometido a tan intensos cambios y en donde hay espacios en donde nos involucramos e interrelacionamos de maneras novedosas como las que ofrece Internet, la ética en ocasiones parece extrañada, o inalcanzable.

3.1 Tropiezos éticos en la realidad virtual

La ética supone acciones definidas por la transparencia, la verdad y la responsabilidad. El ciberespacio ofrece condiciones para transgredir esos parámetros e, incluso, para que la opacidad, las falsedades y la negligencia resulten habituales. No queremos decir que las redes digitales sean abismos en donde impe-

ran atropellos y engaños. Internet no es más que una vastísima colección de espejos de la realidad. De la misma forma que en la vida fuera de línea hay comportamientos nobles y solidarios, pero también vilezas y egoísmo, en Internet hay claroscuros en las conductas de quienes transitan y participan en tales espacios. Precisamente por ello, de la misma manera que en la vida fuera de línea, en la red de redes la brújula que proporciona la ética es indispensable.

La claridad y la verdad suelen ser favorecidas por la abundancia de hechos y datos que hay en la red, pero en no pocas ocasiones se las debe encontrar detrás de información incompleta, o falsa. Una afirmación inexacta puede ser rectificada por un internauta que advierta esa equivocación. El mérito de Wikipedia no es únicamente su colosal acervo de datos que han sido escritos de manera espontánea por millones de participantes, sino la capacidad de autocorrección que implica ese sistema de colaboración abierta.

La información digital puede ser propagada y transportada de maneras versátiles y sencillas. Pero la digitalización también ofrece la posibilidad de moldear, corregir, rehacer e incluso distorsionar y adulterar cualquier contenido. Allí hay posibilidades enormes para la creación, así como para la colaboración en la manufactura de contenidos de toda índole, pero también para confusiones e incluso artimañas. Una elemental pauta ética supone que cuando un contenido ha sido modificado, se debe advertir de ello a quienes lo miren, encuentren o consuman en la red.

La posibilidad de recrear y remedar la realidad, e incluso de construir realidades simuladas, amplía los horizontes de la imaginación, la creación y el entretenimiento. Pero los internautas tienen derecho a saber, siempre, cuándo están ante una calca y cuándo frente a una adulteración de la realidad. Los espacios de «realidad virtual» como *Second Life*, en donde personajes, escenarios y situaciones son ficticios aunque imiten circunstancias de

la vida fuera de línea, no dejan lugar a dudas: quienes entran a tales ámbitos y navegan por ellos saben que están presenciando o formando parte de una ficción. Pero cuando en Facebook un hombre sesentón se hace pasar por una jovencita de diecisiete años con el propósito de sorprender a otros usuarios de esa edad, se trata de un engaño que además de posibles implicaciones en otros terrenos constituye, claramente, una falta ética.

En las redes sociales se pueden identificar por lo menos cuatro tipos de *infracciones* éticas. Todas ellas existen fuera de línea, pero en el intercambio entre pares o entre usuarios que tienen posibilidades de interactuar entre sí apoyados en recursos digitales, esas conductas adquieren rasgos específicos.

1. Distorsiones y mentiras. La vida cotidiana está llena de mentiras. A diario inventamos pretextos, disculpas o gentilezas que forman parte de los rituales del comportamiento en sociedad. En las redes digitales construimos nuestra propia identidad, o al menos intentamos hacerlo. En ese proceso es frecuente que exageremos, o que ocultemos datos que nos parece inconveniente exhibir, o que de plano falseemos circunstancias o realidades. Cuando se trata de mentirijillas que no hacen daño, nadie se sobresalta. Cuando afectan a otras personas y tienen consecuencias desfavorables, esas mentiras influyen en las relaciones que el internauta puede entablar con otros usuarios de la red.

La construcción y propagación de falsedades resulta especialmente asequible debido a dos características de las redes sociales. La primera de ellas es la posibilidad de manipulación que las técnicas digitales permiten hacer con cualquier contenido (imágenes, videos, audios, texto, lo que sea). El segundo rasgo que facilita la diseminación de contenidos falsos es su inherente capacidad de

irradiación. Enlazadas reticularmente, las cuentas de Facebook, Twitter o YouTube se replican unas a otras; los participantes en un circuito de «amigos», o «seguidores», pueden reenviar a otros los contenidos que les interesen. Nunca antes ha existido una infraestructura tan extensa para diseminar informaciones, ya sean verdaderas o falsas.

- 2. Identidades adulteradas.** La posibilidad de que los usuarios actúen de manera anónima y la creación de identidades postizas han sido dos de los atributos de Internet. Para bien y para mal, los concurrentes a los primeros espacios de encuentro e intercambio en línea no tuvieron obligación de mostrar su identidad real. En los chats de los tiempos iniciales de Internet era frecuente que las personas se relacionaran unas con otras sin necesidad de anticipar su nombre y apellido. La posibilidad de mantener la identidad a resguardo ha facilitado la expresión política en libertad, pero también ha sido motivo de abusos.

En las redes sociales que forman parte de lo que algunos denominan Internet 2.0, ya en la etapa de interactividad frecuente y en donde los usuarios pueden ser productores de sus propios contenidos y no solamente contemplar los que han maquilado otros, la identidad se convierte en un valor sustantivo. Cada individuo es una marca, a semejanza de las que distinguen a un producto comercial de otro. En ese mercado que son las redes sociales cada usuario se singulariza a partir de los contenidos que coloca en línea, comenzando por su nombre o incluso su fotografía. El empleo de seudónimos no ha desaparecido, pero por lo general es fácil identificar los datos reales del autor de una cuenta registrada con sobrenombre. Habitualmente la suplantación de identidad es mal vista

cuando con ella se pretende engañar a otros internautas y se encuentra entre las transgresiones éticas claramente reconocidas como tales.

- 3. Propagación de valores agraviantes.**

La vida en sociedad requiere de normas para la convivencia. La tolerancia, el respeto, el reconocimiento y la aceptación de la diversidad van de la mano y son componentes esenciales de esas reglas. Los prejuicios, la intolerancia y los fundamentalismos se encuentran en el anverso del comportamiento ético. Las redes sociales pueden ser herramientas muy eficaces para propagar la diversidad, para que las personas de diferentes preferencias, convicciones o condiciones se entiendan, al reconocerse sin demérito de sus diferencias. Pero también llegan a constituir espacios en donde se difunden los comportamientos más atrasados y aborrecibles. En ocasiones el anonimato o la simple posibilidad de expresarse sin tener físicamente enfrente a los destinatarios de una ofensa o de una imprecación, o en otras la irreflexión que resulta del intercambio intenso y rápido de opiniones en las redes facilitan la manifestación de valores inciviles.

- 4. Simplificación de la realidad.** La vida es muy compleja. Aprender a transitar por ella implica, entre otras cosas, reconocer los matices que hay en la definición de cada acontecimiento, en el comportamiento de cada persona o en la apreciación que podemos tener de cada asunto. Los medios de comunicación, especialmente los de carácter audiovisual, tienden a ofrecer versiones esquemáticas de los hechos tanto por economía de sus formatos como para facilitarles a sus públicos la asimilación de una información tras otra. En las redes sociales, por las que constantemente fluyen torrentes de hechos —desde

los más triviales hasta, con frecuencia confundidos con aquellos, asuntos de la mayor relevancia pública—, los acontecimientos suelen ser presentados con similar simplismo.

La propagación de versiones maniqueas de la realidad, en donde los malos siempre son muy malos y los buenos resultan ser invariablemente buenos, satisface la apropiación de acontecimientos que los medios convencionales han vuelto costumbre entre sus audiencias. Las redes sociales, salvo excepciones, son instrumentos de gran eficacia para anunciar, develar o difundir un asunto, o para advertir acerca de sus implicaciones más estridentes, pero suelen ser refractarias a la explicación con detalle. El diablo está en los matices, suele decirse. Los pormenores que hacen singular y por eso complejo un asunto por lo general escapan al ritmo apresurado y al estilo conciso de las redes sociales digitales.

Esta relación de transgresiones éticas en las redes digitales podría ser más extensa. Hay comportamientos, como el plagio de contenidos, la develación de asuntos privados sin permiso de las personas así exhibidas o el abuso en contra de menores de edad, que implican contravenciones éticas, pero que además, en primer lugar, son delitos contra el orden jurídico. En las siguientes páginas relatamos casos que ejemplifican los cuatro comportamientos antes señalados en las redes sociales digitales.

3.2 Los *twitteros* «terroristas»... y mentirosos

@MARUCHIBRAVO y @gilius22 se convirtieron en referencia indispensable en las redes sociales en Veracruz cuando, en septiembre de 2011, comenzaron a enviar mensajes acerca de hechos delictivos. El auge del crimen organizado, junto con el temor de los periodistas a informar sobre las tropelías de

los delincuentes, cuya presencia en esa ciudad se había extendido, incrementaron la importancia de la información a través de las redes digitales. Cuentas en Twitter y Facebook como las de esos internautas comenzaron a reemplazar a los medios convencionales y eran seguidas por millares de los habitantes de esa localidad portuaria. Ambos internautas, además, hacían comentarios muy críticos acerca de la ineficacia de la policía y del gobierno local, que eran evidentemente incapaces para detener a las pandillas criminales.

Quizá entusiasmados con la influencia que estaban alcanzando, @MARUCHIBRAVO y @gilius22 dejaron de verificar la información que propalaban y difundieron noticias falsas. El 25 de agosto de 2011 anunciaron que un grupo de delincuentes había asaltado una escuela primaria y había secuestrado a varios niños. Cuando algunos internautas preguntaron si la información era cierta, al menos uno de esos *twitteros* aseguró que le constaba que así era.

El hecho había sido inventado, pero @MARUCHIBRAVO y @gilius22 lo difundieron como cierto. Esa falsedad sobresaltó, especialmente, a los padres de familia que temían por la integridad física de sus hijos. El gobierno de Veracruz abrió entonces una indagación judicial y María de Jesús Bravo Pagola, así como Gilberto Martínez Vera, que son los nombres de esos usuarios de Twitter, fueron encarcelados.

La acusación fue sustentada en un viejo artículo del Código Penal de Veracruz que sancionaba con penas de hasta 30 años de cárcel a los responsables de «terrorismo», «sabotaje» y «delitos contra la seguridad del estado». Esas eran las infracciones de las que se acusó a los *twitteros*. Bravo Pagola y Martínez Vera habían propalado una mentira, pero resultaba excesivo culparlos de tales transgresiones. El gobierno de Veracruz estaba aprovechando ese episodio para, con las sanciones a los dos *twitteros*, escarmentar a otros internautas y a los periodistas que difundieran informaciones no confirmadas. El caso fue denunciado den-

tro y fuera de México como intimidación a la libertad de expresión. El gobernador veracruzano terminó cediendo y promovió una reforma legal para disminuir las sanciones que establece el Código Penal. Gracias a esa modificación, Bravo y Martínez fueron puestos en libertad.

Quedaba claro que no habían cometido un delito que ameritase pena de prisión. Su falta había sido difundir mentiras. Si el Estado se pusiera a sancionar a los mentirosos, faltarían jueces para sentenciar a los acusados de tal ofensa. El dilema que se presentaba en ese caso no era legal, sino ético. ¿Tienen derecho los ciudadanos a decir mentiras? Si sus falsedades no incurrían en una contravención específica (por ejemplo, ocultar o distorsionar información cuyo desconocimiento cause perjuicios a otros), la infracción no entra en el ámbito de las leyes sino de la ética. Inventar un hecho, o falsearlo, es un embuste que abusa de la confianza de los demás.

Las redes sociales digitales se sustentan, precisamente, en la confianza. Sus usuarios ponen a circular información de la índole más variada con la expectativa de interesar a otros. Y eso únicamente lo pueden lograr si tal información resulta verosímil para aquellos que la reciben o conocen. Así que cuando @gilius22 y @MARUCHIBRAVO comunicaron hechos que no eran ciertos, perdieron al menos parte de la confianza que les habían dispensado los lectores de sus mensajes en Twitter y Facebook. Ese menoscabo fue proporcional a las dimensiones de las mentiras así propaladas. No es lo mismo engañar acerca del color de la camisa que vamos a llevar a una fiesta que hacerlo cuando se trata de un asunto que puede atemorizar a buena parte de la sociedad.

3.3 Fascinación por las identidades simuladas

Las redes sociales digitales están compuestas por vínculos que las personas aceptan y

mantienen debido a que encuentran interesante, provechoso o entretenido enterarse de lo que se dice en tales espacios y, eventualmente, interactuar con ellos. La clave del atractivo o el beneficio que sus usuarios esperan encontrar allí, y que los hace afiliarse a una cuenta en redes como Twitter, Facebook o YouTube, volver de cuando en cuando a ella y no cancelar su membresía, es la confianza. Por lo general, los seguidores o *amigos* de un internauta lo reconocen como fuente significativa (es decir, capaz de crear un significado de importancia o interés) en los temas de los cuales se ocupa. Eso no implica que sus seguidores creen a pie juntillas todo lo que allí dice, pero sí que ese contenido cumple con sus expectativas.

En la red hay contenidos verificables, ciertos, de la misma manera que muchos otros son falsos. Así como en la vida fuera de línea hay comportamientos honestos pero también trampas y patrañas, en la red de redes se pueden contar verdades y falsedades. Los internautas lo saben, e incluso a menudo se solazan mirando contenidos que saben imaginarios. Pero quieren saber cuándo están ante el testimonio o la imagen de un hecho real y cuándo se trata de construcciones digitales o de francas adulteraciones de la realidad. El visitante asiduo de una página de Facebook en donde hay referencias a personajes mitológicos, o el seguidor de una cuenta de Twitter dedicada a propalar bromas acerca de personajes públicos, comprenden que tales mensajes no dicen la verdad (o que, para decirlo de otra manera, muestran una realidad virtual que es preciso no confundir con la realidad fuera de línea) y encuentran alguna gratificación en estar al tanto de tales contenidos.

Lo que no suelen perdonar los internautas es que los engañen. La confianza es un valor que, en las redes digitales, se crea y reproduce afincado en la reciprocidad. El usuario que envía mensajes de Twitter espera que sean leídos y comprendidos, de la misma forma que quienes dedican unos segundos o a veces

horas a enterarse de ellos estiman que saben quién o quiénes los originan. Los usuarios de tales espacios se muestran a sí mismos en un ambiente de franqueza. Los participantes en Facebook, literalmente, dan la cara al colocar su fotografía. El crecimiento de esa red ha relajado un poco las reglas iniciales y ahora es posible que los usuarios coloquen otras fotografías en vez de la suya propia, de la misma manera que en la vida fuera de línea hay quienes se disfrazan para andar por la calle, ya sea de manera cotidiana o en ocasiones especiales. Los usuarios de Twitter escriben en su «perfil» unas líneas que los definen, de manera tan ocurrente, formal, objetiva o fantasiosa como cada quien desee o pueda hacer.

En las redes sociales la gente construye, calcándola o rehaciéndola a partir de la vida fuera de línea, la identidad que quiere mostrar. En esa operación, por supuesto, existe la posibilidad de que, quienes deseen hacerlo, adulteren su identidad. La mentira, en esos casos, se convierte en parte del juego. En Internet hay auténticos mundos virtuales, en donde cada usuario confecciona al personaje que lo representará. Y en las redes sociales, que replican, refuerzan y organizan vínculos que las personas ya mantienen o podrán utilizar fuera de línea, abundan los personajes ficticios. En la mayor parte de los casos es evidente que se trata de imposturas. Si en Twitter encontramos cuentas con los nombres del escritor francés Marcel Proust (@MarcelProust), el político británico Winston Churchill (@Winstonchurchill), o la actriz Marilyn Monroe (@MarilynMonroe), tendremos que saber que no se trata de perfiles manejados por esos personajes, que murieron en el siglo pasado, sino de cuentas manejadas por admiradores o, en algunos casos, herederos suyos. En otras ocasiones, sin embargo, la admiración se torna en suplantación, o incluso persecución, cuando

alguien abre una cuenta con el nombre y la fotografía de un personaje público. Todo depende de que la suplantación sea evidente o no. Una periodista especializada en implicaciones sociales de las nuevas tecnologías explica: «Una falsa cuenta de Twitter no es diferente a un imitador de Elvis, cuya identidad consiste tanto en el hombre debajo del disfraz como en el hombre motivo del disfraz, solo que eso sucede en la red y no en un cursi salón de Las Vegas».¹

Nadie supondrá que salieron del cine, la televisión o los cómics para hacerse presentes en Twitter cuando aparecen cuentas como las dedicadas a @Darthvader, @Batman o @DrHouse. Sus autores son admiradores de esos personajes de ficción, o travesean a mostrarse como ellos. En otros casos, se trata de cuentas administradas por las empresas que tienen los derechos legales de esos nombres o marcas. Pero seguramente la cuenta @Queen_UK, ataviada con una fotografía de la reina de Inglaterra y que muestra breves testimonios de lo que pareciera ser su vida cotidiana, desconcertó a más de un interesado en los entretelones de la realeza británica. Teñidos de un humor cáustico, los *tweets* de esa cuenta tuvieron tanto éxito que en 2012 se publicó un libro, *The Queen (of Twitter)*, con una selección de esos breves mensajes que no han sido de la reina sino de alguien que se ríe e incluso hace negocio a costa suya.

Posiblemente a la reina de Inglaterra no le resulte fácil inconformarse con esa falsa cuenta de Twitter, cuyo estilo parece emparentado con la sátira que durante centurias ha mantenido la prensa escandalosa de Gran Bretaña respecto de los personajes públicos. Pero a otras figuras relevantes, o a cualquier ciudadano a cuyo nombre alguien abra una cuenta en esa u otra red social, les resultará incómodo e incluso contraproducente.

1. Rebecca Greenfield, «The Ethics of Fake Twitter Accounts», *The Atlantic Wire*, www.theatlanticwire.com, 1 de febrero de 2012.

3.4 Habermas, repentinamente en Twitter

Muy distinta fue la reacción del filósofo Jürgen Habermas cuando, en enero de 2010, supo que en Twitter había una cuenta con su nombre e imagen. El usuario @Jhabermas había alcanzado más de 6 mil seguidores, seguramente la mayoría de ellos persuadidos de que estaban ante mensajes escritos personalmente, y para ese espacio, por el reputado autor de *Historia y crítica de la opinión pública*. Durante tres meses, la persona que mantenía esa cuenta en Twitter había colocado en ella breves fragmentos de un ensayo de Habermas, de tal manera que no podía decirse que las que allí aparecían no fuesen frases del profesor alemán.

La posibilidad de que Habermas, tan reacio a la publicidad, estuviera poniendo a circular pequeñas dosis de su pensamiento en Internet llevó a muchos estudiantes y profesores de filosofía a suscribirse a esa cuenta de Twitter. Finalmente, el periodista Jonathan Stray, especializado en periodismo digital, llamó por teléfono al autor de *Teoría de la acción comunicativa* y confirmó que los envíos en Twitter no eran de Habermas. El filósofo, que poco antes había cumplido ochenta años, ya estaba enterado de esa suplantación y respondió: «No, no, no. Es alguien más. Están mal empleando mi nombre».²

Pero el profesor Habermas no entendía de qué se trataba el engaño. Tanto es así que explicó: «Mi correo electrónico no está disponible al público». Como es ampliamente sabido, Twitter no es un servicio de correo electrónico. Así que al venerable filósofo alemán ni siquiera le había interesado enterarse de desde dónde y de qué manera alguien estaba en-

viando mensajes haciendo suponer que el autor era él. Los crédulos que quisieron admitir esos tweets como si hubieran sido realmente difundidos por Habermas no advirtieron que había una enorme distancia entre el estilo denso y farragoso de sus obras de referencia y las breves sentencias a las que obliga el formato de Twitter.³

La deliberación racional como elemento constitutivo de la esfera pública, que es una de las ideas clave del pensamiento de Habermas, solo se realiza ocasionalmente en Internet. Abierta a contenidos de toda índole, dominada más por las trivialidades que por la reflexión, la red de redes —y dentro de ella las redes sociales digitales— ha sido poco propicia para ese intercambio de razones. Algunos estudiosos se han referido a Twitter como ejemplo de esfera pública, el concepto desarrollado por Habermas para designar el espacio en donde circulan informaciones e ideas y en el que surgen condiciones para que haya deliberación en la sociedad. El profesor Peter Levine, de la Universidad de Tufts, en Massachusetts, ha considerado que «la lógica del discurso público exige que tengamos que ofrecer razones y explicaciones sobre nuestros puntos de vista, de otra manera, no pueden ser persuasivos». Para este estudioso, en los mensajes de Twitter se expresa la tensión constante entre la esfera pública y el mundo de la vida cotidiana.⁴

En Twitter es posible intercambiar impresiones, estados de ánimo, aplausos o reconvencciones, recomendaciones o descalificaciones. Se trata de un extraordinario instrumento para difundir chispazos de texto, que puedan llamar la atención sobre un asunto o remitir a espacios de mayor densidad explicativa o argumental en la red. Sin embargo, los 140 ca-

2. Jonathan Stray, «Jürgen Habermas says he's not in Twitter», en el blog *Jonathan Stray*, www.jonathanstray.com, 1 de febrero de 2010.

3. Una narración de ese episodio apareció en Raúl Trejo Delarbre, «Habermas en Twitter», en el blog *Viviendo en El Aleph*, www.lared.wordpress.com, 4 de febrero de 2010.

4. Peter Levine, «Habermas Illustrated by Twitter» en *Peter Levine. A blog for civic renewal*, www.peterlevine.ws, 5 de enero de 2010.

racteres que impone como máximo obligan a que en Twitter los mensajes sean escuetos. Su eficacia depende del tono categórico, la novedad o el ingenio que muestren. Por eso, aunque no sabía qué era Twitter, pareciera que Habermas pensaba en esa red social cuando en 2006, en un discurso que ofreció en Viena al recibir un premio, subrayó así su desconfianza acerca de las capacidades de Internet para suscitar la deliberación pública: «El precio que pagamos por el crecimiento del igualitarismo ofrecido por Internet es el acceso descentralizado a historias no editadas. En este medio, las contribuciones de los intelectuales pierden su capacidad para enfocar un discurso».⁵ Así que, de haberse reconvertido en *twittero*, Habermas habría rectificado sus, por lo demás, atendibles reparos acerca de las limitaciones de Internet.

La cuenta falsa con el nombre de Habermas fue cancelada después de que su anónimo autor colocara en ella dos mensajes. Uno, para sus más de 6 mil seguidores: «Disculpenme por hacerles creer (al menos a algunos de ustedes) que era Habermas». El otro, para el autor suplantado: «Y finalmente, aunque no al último, por favor, profesor Habermas, disculpeme por hacer que algunos le llamaran solo para verificar».

Quizá no era una idea del todo mala tratar de difundir el pensamiento de un autor complejo y no siempre conocido por el público amplio como es, sin duda, Jürgen Habermas. Pero toda simplificación traiciona la consistencia de una obra. Y antes que nada era preciso contar con la autorización del profesor alemán.

La cuenta @JHabermas reapareció en Twitter en marzo de 2011, ahora a cargo de un joven brasileño que no intentó suplantar a nadie sino únicamente, con ese nombre, hacer comentarios sobre fútbol. En medio año el Ha-

bermas brasileiro escribió solamente una docena de comentarios y reunió seis seguidores.

3.5 Indignación ciudadana, intolerancia y racismo

El empresario mexicano Miguel Sacal jamás habría creído que su comportamiento abusivo y agresivo sería sancionado gracias a un video difundido en YouTube. Pero la saña con que golpeó y humilló al empleado de un condominio en Las Lomas, una de las zonas más acomodadas de la Ciudad de México, soliviantó a millares de usuarios de las redes sociales cuando las escenas del maltrato fueron difundidas en enero de 2012.

Los hechos así registrados habían ocurrido medio año antes, pero los abogados del trabajador agredido, Hugo Enrique Vega Flores, pusieron en línea el video para que su divulgación coincidiera con el proceso judicial que entablaron en busca de una indemnización. Cuando Sacal golpeó al empleado no sabía que estaba siendo grabado por una cámara de vigilancia. Menos aún supuso que su prepotencia sería exhibida en Internet.

En cuanto el video fue mostrado una y otra vez en la televisión abierta y comentado en abundantes espacios en la radio, el consenso social resultó claramente condenatorio en contra de ese empresario. Un hombre adinerado maltrataba ostensiblemente a un empleado que difícilmente se atrevería a responder a sus agresiones por miedo a perder su trabajo. La disparidad de esa situación era evidente. Las autoridades judiciales invirtieron entonces en ese caso una atención que no le habrían dispensado de no haberse propagado con tanta intensidad. El empresario golpeador, además de pagar una reparación económica, estuvo varios meses en prisión.

5. Jürgen Habermas, «Towards a United States of Europe», discurso al recibir el Premio Bruno Kreisky en la Universidad de Viena el 9 de marzo de 2006. Fragmento traducido al inglés en www.signandsight.com, 27 de marzo de 2006.

Las reprobaciones que se multiplicaron en la red contra el individuo golpeador mostraron a una sociedad movilizada ante una injusticia. Pero, junto con ello, ese episodio fue ocasión para que se desplegara uno de los flancos más oscuros de la sociedad mexicana: la intolerancia y el racismo. En numerosos foros y espacios de intercambio en Internet, muchas personas descalificaron a Sacal no por el abuso físico que perpetró contra Vega Flores sino por ser judío.

En menos de cuatro días, entre el 8 y el 12 de enero, el video colocado en YouTube por los abogados del trabajador golpeado (y que fue inteligentemente subtítulo) fue visto en más de 617 mil ocasiones —sin contar las que fue visto en otras páginas de la red—. En YouTube los espectadores dejaron, hasta ese día, cerca de dos mil comentarios.

En esas apostillas se repetían algunos insultos que, si bien de manera elemental,⁶ expresaban la rabia que suscitaron aquellas escenas. El término «ojete» fue apuntado en 20 ocasiones en esos comentarios. El vocablo «desgraciado» era empleado 23 veces. El calificativo «animal», en 29 ocasiones la palabra «cabrón» se repitió 100 veces. La expresión «hijo de...» (acompañada de varios complementos) fue mencionada en 183 ocasiones.

No había sorpresa en el empleo de tales insultos. Pero sí en la mención, 441 veces, de la palabra «judío». Muchos encrespados por el video respondieron con fanatismo y barbarie. En las mismas redes hubo quienes alertaron contra la mimetización de esos indignados con posiciones de intolerancia y violencia. Pero la mayoría se refirió a «el judío», o incluso a «los judíos», de manera despectiva. De las 441 menciones, 73 fueron en contra de tales descalificaciones pero 368 estaban teñi-

das de resentimiento y prejuicios racistas. En ese foro de YouTube, además, encontramos 49 menciones a «Hitler», de las cuales 47 eran ofensivas a los judíos.

En Twitter se difundieron las mismas expresiones. En alrededor de 260 mil mensajes se mencionó a Sacal. En Facebook, la página «Nino Sacalli», que anuncia ropa fabricada por ese empresario, había recibido hasta ese 12 de enero 672 comentarios, en 76 de los cuales se incluía la palabra «judío». De esas menciones, 67 eran injuriosas. Allí mismo había 19 referencias a «Hitler», todas vejatorias para los judíos.⁷

La incultura cívica que manifestaron esas expresiones fue acompañada por varios medios de comunicación en donde se informó del atropello perpetrado por Sacal diciendo que se trataba de un «empresario de origen judío».⁸ Esos medios no habrían subrayado tal condición si se hubiera tratado de un empresario católico, caucásico o oaxaqueño. La propensión a las etiquetas racistas forma parte de un entorno de ignorancia y fundamentalismo. La irritación contra el golpeador Sacal mostró el flanco virtuoso de una sociedad que se indigna ante la prepotencia. Las expresiones racistas obligan a no olvidar el rostro persecutorio e ignorante de esa misma sociedad.

3.6 #Kony2012. Solidaridad y confusión globales

Gracias a YouTube y a su habilidad para contar de manera atractiva una historia interesante, Jason Russell se volvió celebridad global de la noche a la mañana. Preocupado por los abusos que ha cometido en Uganda un personaje siniestro llamado Joseph Kony, Russell,

6. Comentarios publicados hasta el 12 de enero de 2012 en la página http://www.youtube.com/all_comments?v=FhGcqVfaeLg.

7. Raúl Trejo Delarbre, «Sacal en YouTube. De la solidaridad al racismo». Blog *Sociedad y poder*, <http://sociedad.wordpress.com>, 12 de enero de 2012.

8. «Empresario agrade a valet parking, se ampara y evita la cárcel». *Proceso* en línea, www.proceso.com.mx, 10 de enero de 2012.

un cineasta que en el terreno profesional se había dedicado fundamentalmente a promover la filmación de espectáculos musicales, produjo uno de los videos más conmovedores y de mayor audiencia que se hayan difundido en Internet.

En 30 intensos minutos, *Kony 2012* denuncia crímenes del dirigente del Ejército de Resistencia del Señor, LRA por sus siglas en inglés, un grupo que entremezcla creencias religiosas con la agresividad paramilitar y que secuestra niños para obligarlos a tomar las armas o abusar sexualmente de ellos. La explicación que ofrece el video es muy dramática porque Russell narra en primera persona su acercamiento, años atrás, a la situación en África Central y muestra a un jovencito, Jacob, que ha sido maltratado por el LRA. El autor del video contrasta los padecimientos de los niños africanos con el bienestar de su propio hijo, Gavin, que también aparece en escena. Las explicaciones que presenta Russell acerca de las atrocidades de Kony son tan sencillas que el pequeño Gavin las puede entender.

El video está dedicado a inquietar, insistiendo en que la acción de los internautas puede ser decisiva para que el sanguinario Joseph Kony sea capturado y puesto en prisión: «El dinero y el poder determinan las prioridades de los gobiernos y las historias de los medios determinan las vidas y las oportunidades de los ciudadanos. Pero ahora hay algo más grande que eso. La gente del mundo se mira la una a la otra y puede protegerse la una a la otra, voltear al sistema de cabeza. Y eso lo cambia todo».⁹

Para que la captura del asesino fuese posible, el autor del video y el grupo Invisible Children organizaron la operación #Kony 2012. Los interesados en colaborar pudieron comprar, por 30 dólares, un *action kit* que incluía

una camiseta, diez carteles y tres pulseras, todos con el lema de la campaña.

El video de Jason Russell se difundió por las redes sociales a una velocidad inaudita. En dos días había sido descargado 30 millones de veces. A los cuatro días de estar en línea, había sido visto en más de 70 millones de ocasiones. En seis días llegó a 100 millones. El video fue colocado en otros sitios de Internet y pronto surgieron versiones en varios idiomas. No ha sido el video más contemplado de la historia de la red, pero sí uno de los videos de contenido político más propagados.¹⁰ Hay que tomar en cuenta que se trata de un audiovisual de media hora, tiempo muy superior al de la mayor parte de los videos que circulan por Internet.

El movimiento Invisible Children logró hacer muy visible a Joseph Kony. Millones de internautas que reenviaron el video a sus contactos en las redes sociales y que hicieron alguna contribución económica pudieron considerarse satisfechos al haber colaborado con una causa noble. Pero hasta en las celebraciones más inocentes hay aguafiestas. Pronto aparecieron, también en línea y más tarde en medios de comunicación convencionales, voces que cuestionaron la simplificación excesiva de ese documento. La historia política y social de Uganda es bastante más compleja que la versión ofrecida en el video. Sobre la banda armada que encabeza Kony hay, en efecto, probadas acusaciones de crímenes y abusos especialmente contra niños y jóvenes. Pero al parecer los peores tiempos del LRA ya pasaron y tanto especialistas académicos como defensores de los derechos humanos en África Central piensan que Kony dista de ser el problema principal para la gente en esa región.

Entre las opiniones que proliferaron para

9. *Kony 2012*, video colocado el 5 de marzo de 2012 en YouTube, <http://www.youtube.com/watch?v=Y4Mn pzG5Sq>

10. «El video *Kony 2012* se convierte en el más visto en la historia». CNN México, www.mexico.cnn.com, nota colocada el 12 de marzo de 2012.

matizar la campaña Kony 2012 hubo muchas que subrayaron el riesgo de que, al cooperar para que el gobierno de Estados Unidos capture a ese personaje, los internautas consideren satisfecha su cuota de solidaridad con causas altruistas. Además es dudoso, y políticamente regresivo, suponer que basta la intervención armada de un país poderoso para que cesen las tropelías de un forajido como Kony. «Sobresimplificar una historia para hacerla más fácil de entender puede tener consecuencias peligrosas —escribió Laura Seay, profesora de política africana en Atlanta, Georgia—. Definir un problema en términos simples a menudo significa que las soluciones también son definidas con simpleza. Pero terminar con el reino de terror del LRA no es nada simple. Si fuera sencillo, Kony habría sido arrestado o asesinado hace tiempo, el LRA habría sido desarticulado y no habría familias viviendo con miedo a sus ataques en el Congo o en la República Central Africana. *Kony 2012* reduce la crisis del LRA a un asunto de conciencia. Si mucha gente se entera de esto, indica la lógica del filme, los gobiernos harán más para terminar la crisis».¹¹

El éxito propagandístico del video desbordó los parámetros usuales de las tan abundantes cuan diversas campañas en Internet, en donde suele haber defensores y denunciantes de todas las causas imaginables, o casi. Ese resultado obligó a reflexionar sobre las posibilidades y limitaciones de los esfuerzos para que la gente adquiera conciencia acerca de muy variados asuntos. Las campañas de concientización son muy importantes para señalar riesgos que las personas pueden enfrentar directamente. Por ejemplo, las campañas de educación para prevenir el sida tienen resultados favorables porque mueven a la gente a

tomar medidas contra esa pandemia y además evitan la estigmatización de quienes padecen esa enfermedad. Kate Cronin-Furman y Amanda Taub, abogadas y académicas especializadas en derechos humanos, recuerdan que las campañas de concientización también permiten poner en evidencia a actores sociales que han cometido abusos y cuya fama pública queda maltratada por la exhibición de sus excesos. Pero a personajes como Joseph Kony y su LRA las denuncias públicas no les avergüenzan ni les importan. «En situaciones como esa, cuando las injusticias son perpetradas por actores cuyos incentivos no pueden ser afectados por la presión, el camino para que la concientización pública pueda producir cambios es a través del impacto en actores externos».¹² Lo que esos actores pueden hacer es presionar, a su vez, a los abusivos para que dejen de cometer tropelías. Pero su capacidad para amagarlos es limitada. «Por eso, en casos en que las violaciones son cometidas por actores que no pueden ser presionados, las campañas de concientización necesariamente asumen un acercamiento simplificado, de aplicación de la ley, para resolver problemas políticos complejos».¹³ Exigirle al gobierno de Estados Unidos que encabezara la persecución contra el asesino Kony, o demandar al congreso de ese país más recursos para dicha tarea, eran medidas que no enfrentaban las causas por las cuales surgió y se ha mantenido la presencia de la pandilla criminal encabezada por ese facineroso. Taub y Cronin-Furman concluyen: «Medir el éxito de las campañas en *hits* de YouTube y en ventas de camisetas no solo incrementa el riesgo de confundir la concientización con el activismo exitoso; implica una sobresimplificación que ignora las consecuencias potencialmente

11. Laura Seay, «Avoiding “Badvocacy”: How to Do No Harm While Doing Good», en Amanda Taub (ed.), *Beyond Kony 2012. Atrocity, Awareness & Activism in the Internet Age*. Leanpub, 2012, p. 129. Libro digital disponible en: <http://leanpub.com/beyondkony2012>.

12. Kate Cronin-Furman y Amanda Taub, «Armchair Critics Respond», en Amanda Taub (ed.), cit., p.p. 169-170.

13. *Ibid.*, p. 170.

negativas de las decisiones de ayuda. Poner el centro de atención en los heroicos "salvadores blancos" como un gancho para jalar el interés de las previamente descomprometidas audiencias occidentales exacerba esos problemas». ¹⁴

Millones de internautas, la gran mayoría jóvenes y estadounidenses, se inquietaron con la narración que Jason Russell hizo de las brutalidades de Kony. La estupefacción del pequeño Gavin simboliza la de centenares de millones. La exhortación para actuar (además de manera perentoria, porque el video insistía en que se trataba de un tema urgente) deja indiferentes a pocos. ¿Y después? Al denunciar al sanguinario de Uganda con recursos de mercadotecnia, la campaña experimentó tanto ventajas como levedades de la propaganda convencional. Durante marzo, cuando el video comenzó a circular, el tema #Kony2012 fue uno de los más reiterados en las redes sociales. Como hemos señalado, en una semana el video fue visto más de 100 millones de veces. Un mes más tarde, Invisible Children intentó repetir el éxito con un segundo video sobre Joseph Kony. En su primera semana esa segunda parte fue vista *apenas* 1,6 millones de veces. ¹⁵

A la irrefrenable tendencia de las redes sociales para volver efímero cualquier asunto, por importante y grave que sea, en este caso se aunaban la trivialización propuesta por el primer video y la terrible constatación de que, por mucha propaganda que hubiese circulado en su contra, el asesino Kony seguiría acechando en sus lares centroafricanos. ¹⁶ Max Fischer, editor asociado de *The Atlantic Monthly*, subrayó el contraste entre la seducción que suscitaba el video, conmoviendo para so-

lidarizarse con esa campaña, creando además una sensación de deber cumplido, y los insuficientes resultados prácticos para la situación de los centroafricanos más vulnerables: «El daño de *Kony 2012* probablemente ya está hecho y es un daño real. Primero, hay probablemente una disminución real de la suma destinada a la ayuda en África Central. El video es encantador para mirarlo y distribuirlo porque les dice a los americanos que simplemente mirando un video, y cuando más quizá comprando un *action kit* de pulseras y pegatinas de 30 dólares, habrán hecho lo necesario; están absueltos de responsabilidad. ¿Cuánto dinero ha absorbido Invisible Children que pudiera haber estado destinado a campañas eficaces de ONG con más experiencia? ¿Cuánta gente pudo haber invertido su energía, que después de todo es finita, dirigiéndola a algo más constructivo?». ¹⁷

La solidaridad en línea puede ser de gran eficacia para denunciar acontecimientos, pero con frecuencia sirve escasamente para resolverlos. No son pocos los internautas que tan solo con hacer clic para reenviar un video denunciatorio, o con suscribir una petición en línea, presumen que han sido suficientemente solidarios. «La lección de *Kony 2012* —consideró la escritora Rebecca Hamilton, especialista en asuntos de África— es que cuando construyes rápidamente un movimiento de masas con la promesa de que acciones simples pueden resolver problemas complejos, corres el riesgo de crear un núcleo de voluntarios que estarán desilusionados y se irán cuando, inevitablemente, el progreso sea más lento de lo que les has llevado a creer». ¹⁸

Y está el asunto del papel providencial que

14. *Ibíd.*, p. 171.

15. Antonia Kanczula, «*Kony 2012 in numbers*». *The Guardian*, www.guardian.co.uk, 20 de abril de 2012.

16. Polly Curtis, «*Has Kony 2012 changed anything?*». *The Guardian*, www.guardian.co.uk, 16 de abril de 2012.

17. Max Fischer, «*The Soft Bigotry of Kony 2012*». *The Atlantic*, www.theatlantic.com, 8 de marzo de 2012.

18. Rebecca Hamilton, «*Learning From Save Darfur*» en Amanda Taub (ed.) cit., p. 123.

el video, deliberadamente o no, asigna a la intervención estadounidense para resolver las angustias de un país africano: «Lo peor de todo es que la ampliamente difundida campaña refuerza sutilmente una idea que ha sido uno de los grandes desastres de África: que los bienintencionados occidentales tienen que venir y arreglarlo todo. Los africanos, en ese relato, son víctimas desamparadas y los occidentales son los héroes».¹⁹

3.7 Velocidad y fugacidad en el altruismo digital

Internet nos hizo más contemporáneos que nunca de los problemas del mundo. La globalización se encuentra en la pantalla de nuestro ordenador de escritorio —o más cerca aún, en la *laptop* o en el iPad—, entremezclada con asuntos locales y con las más variadas y abundantes informaciones personales, incluso íntimas. Las redes sociales amplifican la interacción que ya existía en otros espacios de Internet, nos conectan con versátiles repertorios de *amigos* reales o simulados, nos permiten seguir pensamientos, ocurrencias y/o vicisitudes de los más variados individuos, nos acercan a experiencias y circunstancias de las que de otra manera muy posiblemente estaríamos distantes. En otros tiempos, la noticia de un terremoto o de un tsunami en latitudes alejadas de nosotros la habríamos conocido varios días más tarde y, fuera de cierta compasión inicial, muy posiblemente la hubiéramos soslayado pronto. Pero gracias a las fotografías y exhortaciones que recibimos en las redes sociales digitales, que serían reforzadas poco después por imágenes en la televisión, nuestro azoro ante las tragedias de Haití en

2010 y Japón en 2011 fue mayor o al menos persistió durante más tiempo.

En ocasiones como esas, la conmiseración que experimentamos la podemos desahogar de manera útil contribuyendo en las campañas que recorren las redes sociales. Se trata de una nueva forma de altruismo, que tiene la ventaja de la velocidad y el inconveniente de la fugacidad. Cuanto más rápido reenviemos un mensaje solidario o contribuyamos con algunos dólares —o pesos—, más pronto habremos resuelto esa carga moral. Lo mismo sucede con las protestas y la polémica políticas. Basta con seleccionar «me gusta» al calce de una entrada de Facebook para considerarnos comprometidos con una causa. A propósito de las reacciones globales al caso #Kony2012, una periodista británica estimó: «Es colonialismo en juego, o algo mucho más moderno: ¿la idea, sin embargo equivocada, de que la generación de los medios sociales tiene la oportunidad de cambiar el mundo con el clic de un *mouse*?».²⁰

Se trata de un empleo creativo de las tecnologías digitales, pero también de una simplista y reduccionista soberbia. Traer en la mochila una pegatina o en el brazo una pulsera que anuncie una causa de moda se convierte en parte de nuestra identidad, aunque no siempre tenga consecuencias del todo prácticas en beneficio de las carencias o la denuncia que buscamos favorecer con ese gesto. A veces se trata, simplemente, de formar parte del «exclusivo club de la autoridad moral», como dicen dos autoras a propósito del multicitado caso Kony.²¹ En no pocas ocasiones la participación en campañas y causas en los multifacéticos espacios de las redes digitales no se debe a una solidaridad que haya abrevado en la convicción, ni en la información, sino sim-

19. Fischer, cit.

20. Kate Dailey, «Kony 2012: The Rise of Online Campaigning». *BBC News Magazine*, www.bbc.co.uk/news/magazine, 9 de marzo de 2012.

21. Kate Cronin-Furman y Amanda Taub, «The Exclusive Club of Moral Authority: From Nick Kristof to Kony 2012». *The Atlantic*, www.theatlantic.com, 24 de abril de 2012.

plemente a que se trata de asuntos novedosos y, por eso, socialmente atractivos.

Por supuesto es preferible esa solidaridad superficial, e incluso frívola, a la todavía más pueril indiferencia. Allí se encuentra uno de los dilemas (políticos, sociales, culturales, pero quizá antes que nada éticos) en las relaciones entre las personas en el mundo contemporáneo, especialmente en las maneras como decidimos asumir la globalización. Las causas sociales conforman uno de los escasos frentes de resistencia al individualismo que impera hoy en día y que se recrea en las redes sociales digitales. Dos investigadores de esos ámbitos han señalado de qué manera las per-

sonas suelen actuar como voceras, promotoras, gerentes de sí mismas. «Esta es la era de los agentes libres y de la ética de la agencia personal (*personal agency*). Las ventajas sociales y los privilegios benefician a aquellos que recurren a los vínculos en red como eficaces agentes de venta para encontrar clientes». ²² En ese contexto no está mal propalar y respaldar acciones colectivas que, entre otras cosas, les dan sentido a las redes sociales en Internet. Pero de la misma manera que hace falta que la deliberación pública no se agote en intercambios de 140 caracteres, resulta pertinente que el altruismo digital no desplace a la solidaridad enterada y constante.

22. Lee Rainie y Barry Wellman, *Networked. The New Social Operating System*. The MIT Press, Cambridge, 2012. Consultado en versión para Kindle, posición 6967.