

**CONECTADOS O ENREDADOS, UNA
REFLEXIÓN ÉTICA EN LA ERA DE LAS
TELECOMUNICACIONES**

JOSÉ FRANCISCO CAMACHO MARÍN

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

franciscocamacho60@gmail.com

Resumen

El encanto que sobre la sociedad de la era telemática han ejercido las redes sociales y la informática, se debe en buena parte, señala Dominique Walton, a que la ciencia de la comunicación ha olvidado su papel crítico y diferenciador para convertirse en una ciencia que pretende homologar los discursos políticos y empresariales mediante mecanismos de difusión en donde lo que cuenta es la eficiencia y la penetración con resultados de alta audiencia y buenos niveles de venta. Lo que aquí se busca es construir la pregunta sobre la posibilidad de un replanteamiento de la realidad para los usuarios de las redes -que cada vez somos más- a partir de un acercamiento a la “Nueva ontología de la distancia”, término que da título a la obra del mismo nombre dirigida por Gabriel Aranzueque y que recoge el pensamiento de 14 autores participantes en el Congreso Internacional Ontología de la distancia. Imagen y escritura en el mundo telemático, celebrado en Madrid, el año 2007. A decir de los partidarios de esta nueva ontología de la distancia, el horizonte que dibuja la nueva era telemática tiene un carácter antropológico, puesto que el ser humano no actúa en un espacio vacío de vinculaciones normativas. Si esto es así, la inferencia no es complicada: una nueva ontología de la distancia reclama una nueva ética de la distancia.

Palabras clave: ciencia, comunicación, ética, telemática, redes

Abstract

The charm that social and information networks have exerted over the society of the telematic era is related, to a great degree, to the fact that the science of communications has left behind its critical and differentiating role and has become a science that claims

to equalize political and business discourses through mechanisms of dissemination, as has been pointed out by Dominique Walton. What now counts as important is the efficiency and penetration measured by the results of high audiences and sales. In this paper, I seek to reconstruct the question of the possibility of a reassessment of the reality experienced by networks users –growing in number every day- through a “New ontology of distance.” This term is the title of a collective publication coordinated by Gabriel Aranzueque which includes 14 participants of the international congress held in Madrid, Spain in 2007: *Ontology of distance: image and writing in the telematic world*. According to these proponents of the new ontology of distance, because humans do not act in a space devoid of normative links, the horizon envisioned by the new telematic era has an anthropological character. If this is the case, then a new ontology of distance demands a new ethics of distance.

Key words: Science, Communications, Ethics, Telematics, Networks

En el municipio de Acapulco, hay un personaje que todos los días camina más de 30 kilómetros; desciende de un barrio que se ubica en lo alto de una avenida con pendientes pronunciadas en medio de un bosque; camina desde las 7 de la mañana y llega al puerto, sin más equipaje que su pobre vestimenta y unas sandalias rotas. Regresa de la misma manera a las 10 de la noche, tras haber hecho algunos altos para solicitar a los transeúntes algo de comer o de beber. Quienes nos hemos acostumbrado a mirarle lo reconocemos como una figura “folclórica”.

Cierto día, detuve mi auto y le ofrecí llevarlo hasta su destino. Me miró extrañado y se negó a aceptar mi ofrecimiento. Simplemente me pidió que le comprara una botella de agua. Le pregunté entonces por qué hacía eso todos los días. Nuevamente su mirada fue de asombro. “Tengo que caminar para llegar a la casa”, me dijo.

- Sí, entiendo, le respondí, pero ¿por qué camina todos los días desde su colonia hasta acá?

- Pues porque tengo que llegar hasta aquí.

Me agradeció la botella de agua, hizo una seña parecida a una bendición y siguió su camino.

Los actos humanos sin sentido se denominan actos de locura. Sin embargo, cuando esos actos sin sentido conforman una actitud, la actitud misma se convierte en sentido. Como es el caso de este relato.

Sin duda, para ese hombre, el sentido de su caminata está en la caminata misma, sin un objetivo superior. Sin duda, también, tal actitud representa para los vecinos que le conocen, un acto de locura. No va a nada, no regresa con nada, no habla a nadie.

A primera vista, a menos que entendiéramos los pensamientos que ocupan su mente, esa caminata es una caminata sin sentido.

Ahora echemos un vistazo a uno de esos actos que los seres humanos de cierta clase social, cultural y económica, hacemos de la misma manera otorgándole sentido al acto mismo. Por ejemplo pensemos en preguntar:

- *¿Por qué escuchas noticiarios?*
- *¿Por qué lees, oyes o escuchas noticias?*
- *¿Por qué estás inserto en una red social virtual?*

A estas respuestas, lo más probable es que la respuesta sea otra pregunta:

- *¿Y por qué no?*

Así, sin más análisis, esta respuesta se parece enormemente a la que da nuestro personaje cuando se le pregunta por qué camina 30 kilómetros: “para llegar a donde voy”.

Y este sentido del acto en sí mismo es la materia prima de la que se nutren en la actualidad los llamados medios informativos. Informan para informar, y los informados, se informan para estar informados, o para divertirse y “tener algo que decir” obedeciendo quizá a un súper yo que parece acosar a quien se instala frente a un teclado o a su propio dispositivo móvil, llámese iPhone, tableta, etcétera. En tanto, la sociedad en la que estamos insertos, dibuja su rostro ufanándose de los avances tecnológicos que cada día son más sofisticados y carentes de un sentido que rebase la pura modernidad.

De esta manera se conforma un ambiente propicio para que términos como “responsabilidad”, o “ética”, se sustituyan por valores como la velocidad y la inmediatez.

No se trata de reducir la ética a un lugar común y escandalizarse por contenidos sensacionalistas o triviales que dan forma a los noticiarios y revistas impresas, o ahora, a los incontables sitios de noticias de Internet donde los usuarios paulatinamente desplazan las tareas profesionales en un mundo donde todos somos fotógrafos, periodistas, críticos sociales y consejeros para una “vida mejor”.

Estas son solo realidades sintomáticas, y al ser sintomáticas denuncian la existencia de algo más profundo y complicado. Este panorama de la comunicación parece despreciar cualquier tipo de reflexión que vaya más allá del pragmatismo. De un pragmatismo tan simple como peligroso que parte de la premisa en la que es verdad todo aquello que funciona, divierte o es útil a los intereses de sus productores.

Pandemia de la “participación”

Quien haya ingresado al mundo de las telecomunicaciones, puede atestiguar lo que me atrevo a llamar, provisionalmente la “pandemia del raiting” del que ya no participan solamente las empresas informativas. Ese virus denominado raiting, se escapó de la televisión y contagió a la mayor parte de usuarios de internet: ya sea de las redes sociales como Facebook, o de otros ámbitos del espacio virtual en el que se miden visitas, o “li-

kes” o “shares” según sea el caso y son indicadores de penetración, de éxito o de popularidad.

Es cierto, y puede constatarse en la misma internet, que la interacción en las redes virtuales ha originado también movimientos sociales determinantes en el devenir histórico de distintas comunidades y entonces, el planteamiento de la pandemia del raiting es contradicho cuando se trasciende hacia la acción y a la incidencia en los modos de gobierno o culturales.

También es cierto que la aparición de nuevas preocupaciones y nuevos horizontes para movimientos sociales, se puede explicar a partir de las acciones que son propuestas y ejecutadas en un mundo de flujos de comunicación en red (Tourraine, 2009). Esto queda ejemplificado en el acontecimiento que a continuación refiero:

Una marcha de dimensiones insospechadas, tuvo lugar en la capital de México y en diversas entidades del país, el 20 de noviembre de 2014. El motivo fue protestar contra los hechos violentos desatados en septiembre de ese mismo año, a raíz de la desaparición forzada de 43 estudiantes normalistas a manos de autoridades policiales, del municipio de Iguala, al sur de la República. La convocatoria a esa manifestación fue hecha primordialmente a través de las redes sociales. En uno de los buscadores, al solicitar el sujeto “pronunciamiento en redes por Ayotzinapa” aparecen 94 mil coincidencias, y 644 mil en la especificación de blogs sobre el tema.

Sin embargo, aquí preguntamos a la luz de la realidad que nos rodea, sobre los riesgos que desata la creciente hegemonía de la interacción en redes, por encima de otros canales tradicionales de comunicación.

Cuando se ingresa a los contenidos en las publicaciones de las redes sociales acerca de un acontecimiento que afecta la vida social de una comunidad o, en general, acerca de fenómenos tocantes a la ciencia y al conocimiento, ¿prevalece la argumentación fundamentada, o la opinión desmesurada? ¿Y de qué manera puede afectar esto a la convivencia social o a la toma de decisiones que inciden en el bienestar de las personas y de la sociedad?

Entiendo la convivencia como la participación de grupos e individuos vastamente diversos enfocados hacia la construcción del bien común (Melchin, 2000) que es más que la suma de bienes individuales: es el fruto del diálogo que exige desde su raíz etimológica la búsqueda común de la verdad.

Sabemos que es posible abrir un “twitter”, generar una información catastrófica, falsa, y mañana desaparecer sin que se detecte quién es el responsable de tal publicación. Nada fácil la tarea de invitar a la reflexión ética en el uso de las redes sin el riesgo de ser considerados como entes que atentan contra la libertad de expresión. Por eso la búsqueda común de la verdad incluye la libertad de expresión, que es un derecho humano, y que en el caso de nuestro país, también es un derecho constitucional.

El tema del derecho a la libertad de expresión, así como el del derecho a la información, requieren un análisis particular, y al no poder omitir su mención, en esta reflexión, me concreto, a señalar que el derecho a la libre expresión se enuncia en el Artículo 7 de nuestra Constitución de la siguiente manera:

Es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio. No se puede restringir este derecho por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares, de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios y tecnologías de la información y comunicación encaminados a impedir la transmisión y circulación de ideas y opiniones. (México, 2014, p. 28)

El problema al que nos enfrentamos más allá de no trasgredir el derecho a la libertad de expresión, es que, dentro de las redes, esa expresión puede contener premisas bajo las cuales se obtienen conclusiones que no necesariamente son verdaderas.

Un ejemplo contemporáneo y la disolución del periodismo

Cada año, en México, se lleva a cabo una colecta nacional denominada Teletón, encabezada por el consorcio televisivo más poderoso del país: Televisa, cuyo objetivo declarado al que se suman otras grandes empresas, es la captación de recursos para la asistencia de niños con discapacidades diversas.

La sospecha de que este evento fuera una maquinación para la evasión de impuestos ha sido un tema recurrente en charlas y artículos publicados en diversos medios.

Hasta 2013, esto no era más que un comentario que despertaba cada vez que se iniciaba la campaña del Teletón. Pero este año, comenzó a difundirse de manera viral que “la ONU pidió a Peña Nieto (presidente de México) no dar dinero al Teletón”. (Familiar, 2014) Y quienes reprodujeron esta nota, adicionaban comentarios relativos a manejos sospechosos de fondos, de los que la ONU ya se había percatado.

Observaciones sobre la nota:

- 1 El documento mencionado no aparece ni en la página oficial de la Organización Mundial de las Naciones Unidas (ONU, 2014) ni en la página regional del mismo organismo (ONU M. , 2014)
- 2 En el sitio de la periodista Fernanda Familiar, (Familiar, 2014) y que forma parte de al menos otros 10 sitios que hacen referencia al documento, entre los que se destaca la influyente revista Proceso (PROCESO, 2014) no aparecen enlaces al original. Lo que hace suponer que se trata de un boletín cuyo origen se desconoce.
- 3 Lo que el documento presuntamente emitido por Comité sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de la Organización de las Naciones Unidas recomien-

da es “establecer una distinción clara entre el carácter privado de las campañas Teletón y las obligaciones que el Estado debe acometer para la rehabilitación de las personas con discapacidad”. (Familiar, 2014)

- 4 El propio director del Teletón, Javier Lozano, hizo una declaración oficial en contra del documento, cuyo original no es posible rastrear, al menos, para el usuario común de las redes. Declaración que se encuentra reproducida en internet (Proceso, 2014).
- 5 En ninguno de los sitios visitados aparece explícitamente la petición de la ONU a no donar dinero al Teletón. Pero este encabezado resulta efectivo a las intenciones de los detractores de tal evento y pareciera que su “viralidad” ha cumplido aquella vieja consigna de la propaganda de Goebbels en la que se asegura que una mentira se convierte en verdad a fuerza de su repetición (Domenache, 1972).

Estos cinco puntos no pretenden emitir un juicio de valor sobre las bondades o perversiones del Teletón, lo presento como un ejemplo sobre el encanto de las redes y la pronta difusión de ideas, sentimientos o convocatorias, que no excluyen, sino que llaman a la palestra el tema de la ética del informador. Pero resulta que hoy el informador no es necesariamente un profesionista, sino que informa o pretende hacerlo, todo aquel que tiene un acceso directo a los canales de la telemática.

Si los diarios o publicaciones periódicas, que en su modo impreso, habían requerido de un registro legal, con el advenimiento de las páginas web, estas exigencias han desaparecido. Es así que el hecho de que una información provenga de un sitio virtual, no es por sí mismo garantía de veracidad. Ya no es necesario un respaldo institucional para publicar cualquier tipo de contenidos y con ello la invasión profesional es un fenómeno que se multiplica incontroladamente como lo muestra la práctica cotidiana a quienes hacemos uso de las redes, porque podemos adquirir fácilmente un “pase de entrada” a foros, chats, “posteos” e, incluso, a la construcción de páginas web, sin que nuestras publicaciones tengan exigencias de veracidad o fundamentación científica o se nos exija una acreditación profesional.

Por una nueva ontología y una ética de la distancia:

Hasta aquí no hemos hecho más que reproducir fenómenos miles de veces señalados en otros espacios y que se pueden constatar con sólo “navegar” por el espacio cibernético. La pregunta es si esos fenómenos anuncian el ingreso a una nueva era, que no solo se detecta en la sofisticación y el avance tecnológico de las telecomunicaciones, sino que constituye una estructura de la realidad en la que es cada vez más complicado establecer límites del comportamiento ético. La pregunta es también si para abordar este fenómeno de las telecomunicaciones es pertinente proponer una nueva ontología de la distancia; perspectiva que recoge Gabriel Aranzueque (2010), y que se sintetiza en el siguiente párrafo:

... una concepción de lo real que responda a las interrogantes y posibilidades abiertas en la actualidad por la comunicación móvil, una caracterización que atienda al modo en que se han visto modificados y conmovidos recientemente los esquemas que estructuran nuestra existencia, especialmente en el ámbito de la intersubjetividad y, en consecuencia, de la identidad personal. (Aranzueque, 2010, p.15)

Porque a decir de los partidarios de esta nueva ontología de la distancia, el horizonte que dibuja la nueva era telemática tiene un carácter antropológico, puesto que el ser humano no actúa en un espacio vacío de vinculaciones normativas. (Oliveira, 2010). Si esto es así, la inferencia no es complicada: una nueva ontología de la distancia reclama una nueva ética de la distancia.

Pero esta ética de la distancia habrá de tener en cuenta que la nueva ontología de la distancia contempla el papel decisivo de lo no presente en nuestra cotidianidad (Aranzueque, 2010) y ese “no presente” se refiere a la continua rotación de signos que impide toda inherencia y toda sustancia (Duque, 2010) dentro de la virtualidad.

¿Cómo construir una ética general sin un sujeto concreto y dentro de una realidad que es la pura movilidad?

¿Desde dónde se construye una ética profesional del comunicador cuando el campo de su profesión es invadido de manera incontrolada por cualquier usuario de un dispositivo móvil?

No es objeto de estas líneas dar una respuesta sino hacer un llamado de alerta sobre la probable obsolescencia con que se ve amenazada la ética si se intenta mirar la actual realidad desde la óptica de una ontología tradicional.

Se cumple, lo anunciado por Heidegger en aquella conferencia que dictó en 1961 titulada “El final del pensamiento como filosofía”, en la que anuncia la caída del proceder metafísico basado en la causalidad y la fundamentación, para dar paso a la información (Duque, 2010).

Esta información tiene la característica de la univocidad y de la rapidez y –como si se tratara de una profecía- la perspectiva de Heidegger en cuyo momento los avances de la telefonía móvil y de las redes virtuales ni siquiera asomaban al entorno de la cultura, hoy permite constatar que efectivamente el ser humano de la era de la telemática, recurre a la información que radica en un dispositivo en el que parece “habitar” el pensamiento sin que ese pensamiento pertenezca a sujeto alguno.

Se reproduce, en la obra “Pulgarcita” (Serres, 2012) la historia de Saint Denis, quien fue decapitado por la soldadesca que quiso apurar la condena mientras lo llevaba al patíbulo: a medio camino, Denis recibió el hachazo mortal, pero él pudo levantar su cabeza, lavarla y llegar hasta la cima del templo que hoy lleva su nombre.

Así, reflexiona Serres:

Pulgarcita abre su computadora... contempla ante ella y entre sus manos su propia cabeza, muy llena, gracias a la reserva de informaciones, pero también bien hecha, porque los buscadores pueden activar, según se desee, textos, imágenes, y porque, mejor todavía, diez programas pueden tratar innumerables datos más rápido de lo que ella podría hacerlo. (Serres, 2012, p. 36)

Se ha ido diluyendo el sujeto personal en quien recae la tarea de discernir, comparar, y, al mismo tiempo, corregir las conclusiones que van variando de acuerdo a los procesos en que el investigador avanza y descubre nuevos horizontes. Es ahora esa "Information" la que se instaure como el poderoso principio de razón o fundamento, bajo la forma de software, según acota Duque, 2010, parafraseando a Heidegger.

Si regresamos al caso Teletón México, señalado líneas más arriba, podemos constatar que el cauce tomado por la información que da cuerpo a este asunto, al cabo de una docena de reproducciones se desprende de cualquier autoría y por ende, la responsabilidad se diluye para dar paso al software programado que se ha encargado de su difusión. La cabeza de Denis, está rodando en el ciberespacio.

La ciencia de la comunicación, a escena

Dejando ahora un poco de lado esta reflexión ontológica, pasemos al campo de la comunicación como ciencia y el papel que juega en este mundo de la telemática.

La posición que le confiere Dominique Walton (2013) a la comunicación como ciencia dentro de este fenómeno, es determinante, pero el juicio que hace respecto del papel que a partir del advenimiento de la era de la comunicación a distancia ha asumido dicha ciencia, es profundamente acusador.

El encanto que sobre la sociedad de la era telemática han ejercido las redes sociales y la informática se deben en buena parte, a decir de este autor, a que la ciencia de la comunicación ha olvidado su papel crítico y diferenciador para convertirse en una ciencia que pretende homologar los discursos políticos y empresariales mediante mecanismos de difusión, en donde lo que cuenta es la eficiencia y la penetración con resultados de alta audiencia y buenos niveles de venta.

Lo señala de la siguiente manera:

Si hubiera habido una reflexión autónoma sobre la posición de la comunicación en sus relaciones con la sociedad civil y la política, y sobre todo las relaciones entre tecnologías de la comunicación y la democracia, no habría habido esta desconfianza hacia la radio y la televisión, ni esta adhesión a las nuevas tecnologías. (Walton, 2013, p. 55)

Lo anterior parece denunciar que la entronización de la inmediatez y la confusión entre verdad y rapidez, o entre fundamentación y difusión, se debe a la resistencia al análisis en la que ha caído el ejercicio de la ciencia de la comunicación, para ocuparse de su adaptación e impulso a las tecnologías.

Esta reflexión abre camino también a replantear la tarea de la ciencia de la comunicación como una propuesta crítica, si tomamos en cuenta que las ciencias naturales y prácticas reclaman su sitio de libertad teórica (Walton, 2013) y, por el contrario, ciencias sociales como la comunicación buscan reafirmar los discursos existentes y colaborar en la homologación de contenidos en los mensajes de las redes.

Tal replanteamiento supone una posición ética en tanto que trasciende hacia una lógica de valores. Pero hablar de valores en el ámbito de la comunicación se enfrenta además a la entronización del “pensamiento único” (Echaniz y Pagola, 2014) y que es el distintivo de la globalización comunicativa cuya fuerza radica en desautorizar a todo aquél que lo desafíe ideológicamente.

Argumentos a favor y argumentos en contra

Paralelamente a las bondades que ofrece el progreso tecnológico, lo que hoy permiten las redes sociales tiene una contraparte. Pero pretender que se den todas las referencias contextuales en las que se desarrolla tal realidad, es poco menos que una ilusión, porque lo más probable es que mientras el lector tiene en sus manos este texto, los grandes consorcios estén lanzando al mercado una docena de aplicaciones o “apps” de intercomunicación virtual a las que sería imposible mencionar. Sin embargo, se pueden establecer, al menos, cinco argumentos a favor del advenimiento de la llamada cibercultura, y lo que podría entenderse como argumentos en contra (Echaniz y Pagola, 2014): (1) Si bien las redes sociales y, en general la comunicación telemática, han abierto el acceso al desarrollo científico al no quedar éste reducido a un ámbito estrictamente especializado, es cierto también que esa apertura abre la posibilidad de insertar en esas redes información poco confiable; (2) el fácil acceso a las redes promueve la libertad de expresión, pero esta libertad no regula una probable e incontrolada expansión de sentimientos de odio e inseguridad; (3) la reducción de distancias y la inmediatez de la comunicación ha permitido el acercamiento de personas y culturas que sin las herramientas telemáticas hubiera sido imposible; sin embargo esa posibilidad de comunicación a través de los dispositivos móviles, propicia la separación y el aislamiento por encima de la convivencia presencial humana; (4) por lo que toca a organismos y empresas de diversa índole, el avance de la comunicación a distancia genera mayores oportunidades de acceso a innovaciones tecnológicas, científicas y comerciales, pero estas oportunidades, al carecer en distintos casos de una regulación, favorecen el pirateo, el sabotaje y el fraude; (5) finalmente, si es verdad que la telemática ha favorecido relaciones que de otra manera hubieran sido imposibles, también es cierto que la falta de restricciones en el campo de la interacción a distancia facilita la invasión de la privacidad, e incluso, la trata de personas. Estos cinco puntos dan lugar al siguiente esquema:

ARGUMENTOS A FAVOR	ARGUMENTOS EN CONTRA
Acceso al desarrollo científico	Distribución de información poco confiable.
Promoción de la libertad de expresión	Expansión incontrolada de sentimientos de odio e inseguridad
Unión de personas y de culturas	Separación y aislamiento de la gente
Creación de oportunidades para las empresas	Favorecimiento del pirateo, el sabotaje y el fraude
Facilita las relaciones que de otra manera serían imposibles	Facilita la invasión de la privacidad y la trata de personas.

Cuadro comparativo de elaboración propia basado en la Ética Profesional del Comunicador, (Echaniz & Pagola, 2014) que pone de manifiesto las ventajas que la tecnología de redes aporta al desarrollo de las sociedades y los riesgos que su utilización supone.

Lo que aquí se busca es construir la pregunta sobre la posibilidad de un replanteamiento de la realidad para los usuarios de las redes; que cada vez somos más. Esas redes que constituyen un ámbito en el que ya no es muy claro el esquema tradicional de la comunicación en donde se distingue el emisor, del mensaje, del medio y del receptor.

Un replanteamiento para recuperar al sujeto actuante, individual o colectivo amenazado hoy por el fantasma del anonimato y de la suplantación.

El problema que se avizora, entonces, no es que no haya una dirección ética; es que ni siquiera haya un espacio propicio para plantear la pregunta ética. Al no haber pregunta, no hay nada que responder. Es así que antes de dar la respuesta, es preciso –aunque suene a verdad de perogrullo- abrir la pregunta a través de la revisión y la teorización de los componentes que se refieren a la historia, al derecho y, por supuesto, a la filosofía.

Un epílogo poco solemne

Con el fin de romper la solemnidad a este texto, dejo como epílogo algunas frases, producto de la reflexión cotidiana, que despierta cuando enciendo la computadora y me inserto en el mundo flotante de la informática:

1 Los “likes” no respaldan la verdad

Ciertas ideas o ilustración publicadas en el ámbito de las redes sociales, pueden despertar la simpatía de los usuarios; quienes utilizan un código preestablecido, a modo de calificación denominado “like”. La acumulación de likes, no puede ser referencia académica de veracidad o valor estético, en tanto que proviene estrictamente de la simpatía y el particular gusto de cada usuario.

2 *La reiteración de una denuncia no le añade argumentos*

Cuando una red social se convierte en el medio por el cual los usuarios manifiestan su inconformidad o su desacuerdo, el hecho en cuestión es abordado sobre la base de un estado anímico; la multiplicación de inconformidades genera un ambiente de descontento, pero no aporta ningún tipo de argumentación a favor o en contra de tal hecho.

3 *Difundir no es reflexionar*

No faltan en las redes sociales quienes asumen el papel de heraldos y educadores; se afician así a difundir fragmentos provenientes de todo tipo de “sitios” o “páginas” que incluso, tienen la osadía de atribuir falsamente, a autores de renombre, frases fuera de contexto, con la convicción de que colaboran en la reflexión comunitaria para una vida buena. Lo cierto es que estas falsas atribuciones ya han originado conflictos legales de derecho de autoría, pero ello no ha logrado su erradicación.

4 *La verdad no se ve, ni está en la red: se descubre individualmente*

Hace varios años, se hizo popular aquella sentencia: “lo vi en la televisión”, como un respaldo de veracidad. Pareciera que hoy, las redes virtuales han sustituido a la televisión, a tal punto que los propios noticiarios llegan a citarlas como fuente de información. El caso es que por mucha difusión o popularidad de un hecho, la verdad sigue perteneciendo al ámbito de la epistemología, del estudio metódico y sistemático, y no al ámbito de la popularidad.

5 *Discrepar es parte del diálogo*

Finalmente, y en atención al pensamiento único, al que se hizo referencia en este artículo; las redes cobran un derecho de ciudadanía. Basta ver cómo la uniformidad en la concepción de una idea o en el juicio sobre un hecho preponderante, constituye el parámetro desde el cual, se multiplica exponencialmente el número de intervenciones de los usuarios. Pero estas intervenciones no toleran el disenso. Al momento que aparece un desmentido o un argumento discrepante, la referencia al hecho se desvanece, no sin antes desterrar al osado que rompa la homogeneidad, misma que se ha entronizado por encima del diálogo que etimológicamente es “camino al logos”, a la verdad.

Referencias:

- Aranzueque, G. (2010). *Ontología de la Distancia*. Madrid, España: ABADABA.
- Camps, V. (1992). *Concepciones de la Ética*. Madrid, España: Trotta.
- Christakis, N. (2010). *Conectados*. México: Taurus.
- México. (2014). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. México: Porrúa.
- Cortina, A., & Martínez, E. (2008). *Ética*. Madrid, España: AKAL.
- Desantes-Guanter, J. M. (2004). *Derecho a la Información*. Valencia, España: Fundación Coso.
- Domenache, J. M. (1972). *La propaganda política*. Buenos Aires, Argentina: EUDEBA.
- Duque, F. (2010). Ontología negativa. En A. Gabriel, *Ontología de la Distancia* (págs. 23-54). Madrid, España: ABADABA.
- Echaniz, A., & Pagola, J. (2014). *Ética del profesional de la Comunicación*. Bilbao, España: Desclee.
- Familiar, F. (2014). *Fernanda Familiar Noticias*. Obtenido de <http://fernanda-familiar.com/noticias/pide-onu-a-epn-no-donar-al-teleton-promueve-estereotipos-dice-la-onu/>
- Godina, C. (2006). *Hombre y técnica en el mundo contemporáneo*. Puebla, México: BUAP.
- Melchin, K. (2000). *Aprender a Convivir*. México: Trillas.
- Oliveira, C. (2010). Acerca de las aporías del hiperindividualismos contemporáneo. En G. Aranzueque, *Ontología de la distancia* (págs. 225-249). Madrid, España: ABADABA.
- ONU. (2014). Obtenido de <https://www.un.org>,
- ONU, M. (2014). Obtenido de http://www.onu.org.mx/inicio_ONU_Mexico.html
- Pérez Tapia, J. A. (2003). *Internautas y náufragos*. Madrid, España: Trotta.
- Proceso. (2014). *Revista Proceso*. Obtenido de <http://www.proceso.com.mx/?p=384709>
- Serres, M. (2012). *Pulgarcita*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Tourraine, A. (2009). *La lucha social es por los derechos culturales*. Recuperado el 8 de diciembre de 2014, de Razón y Palabra: <http://razonypalabra.org.mx/anteriores/n54/lagomarotias.html>
- Walton, D. (2013). *Internet, ¿Y después?* Barcelona: Gedisa.

Revista A&H

Derechos reservados 2015

Ensayo recibido en enero y publicado en abril de 2015.

Publicación semestral