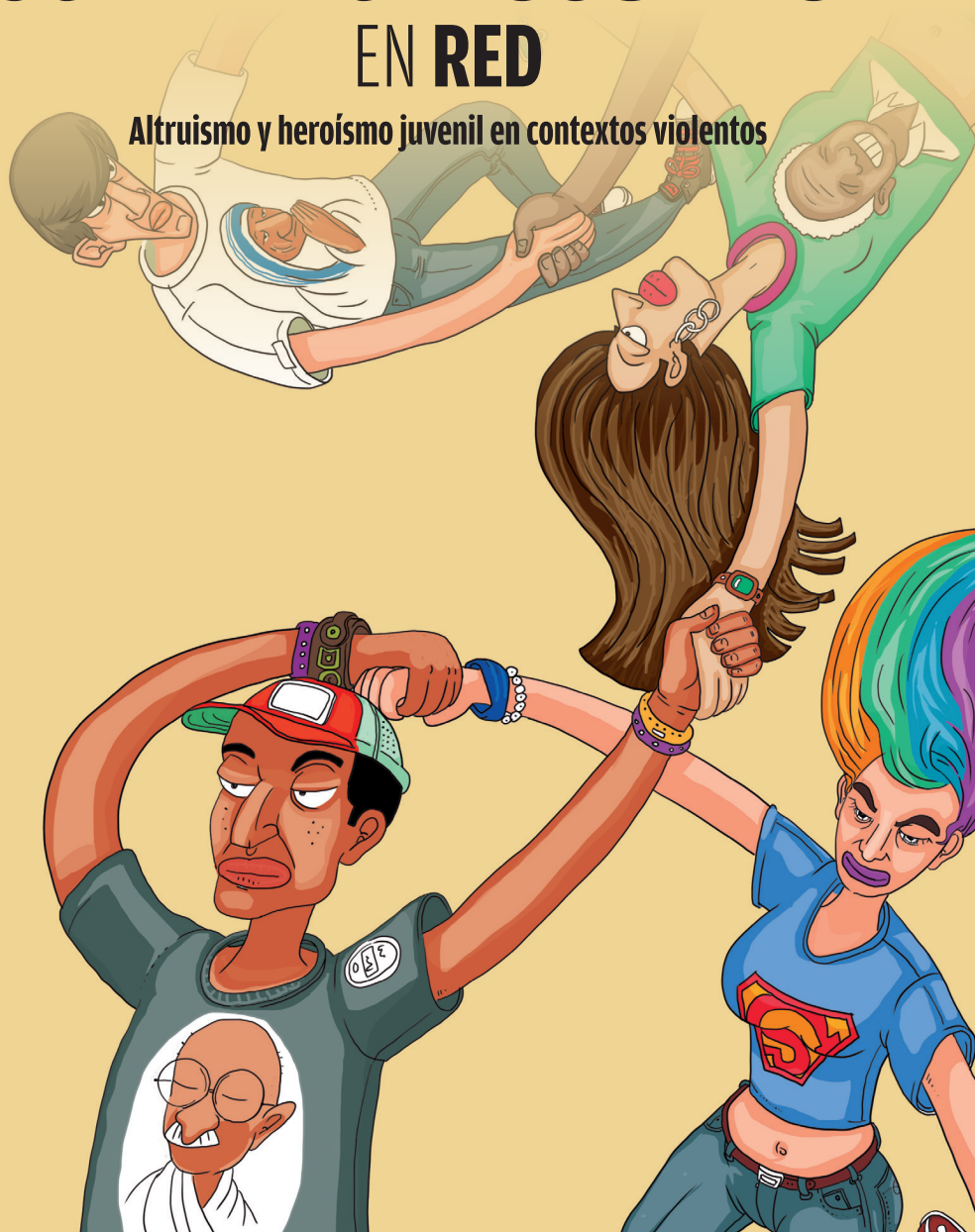



JUVENTUD CÓSMICA

EN RED

Altruismo y heroísmo juvenil en contextos violentos




Patricia Figueroa



PATRICIA FIGUEROA. Periodista, investigadora y escritora, perteneciente al Sistema Nacional de Investigadores (SNI) y enfocada en los temas de periodismo, narcotráfico, ética, corrupción y violencia. Autora de los libros *Ética en tiempos de guerra y narcotráfico. Relación policía-periodista* (Ediciones del Lirio-ISIC, 2017), *Juventud Cósmica en Construcción. Sinaloa y la obra democrática del nuevo milenio, Vol. 1* (Ediciones del Lirio-IEES, 2019) y *Juventud Cósmica en Red. Altruismo y heroísmo juvenil en contextos violentos, Vol. 2* (Ediciones del Lirio-IEES, 2019).

Nacida y criada en Culiacán, Sinaloa, México, Figueroa obtuvo su Doctorado en Ciencias Sociales en la Universidad Autónoma de Sinaloa. De 2013 a 2017 ha formado parte del Programa de Investigadores Visitantes del Instituto de Estudios Latinoamericanos en *Columbia University* en la ciudad de New York, y ha sido investigadora residente en la *Shoichi Noma Reading Room* de la *New York Public Library* en 2017.



Como periodista se ha desempeñado como directora, presentadora y reportera de cadenas de noticias de radio y televisión de Sinaloa, y como columnista de opinión semanal en prensa escrita. En 2009 fue seleccionada por el Departamento de Estado de Estados Unidos para unirse al programa de periodistas líderes *Edward R. Murrow Program for Journalists*. Autora de diversos capítulos de libro y artículos sobre temas de corrupción, violencia, crimen organizados, juventud y violencia de género. El libro *Vicente Fox Quesada: encuentro con los medios*, editado por el Fondo de Cultura Económica en 2006, incluye una transcripción completa de una entrevista con el ex presidente Vicente Fox sobre el tema del narcotráfico y la seguridad pública en México. Actualmente, es miembro de diversas redes internacionales de investigación, tales como Red ALEC y Noria-Research.

**JUVENTUD CÓSMICA
EN RED**

ALTRUISMO Y HEROÍSMO JUVENIL
EN CONTEXTOS VIOLENTOS



INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE SINALOA

Consejera presidenta

Mtra. Karla Gabriela Peraza Zazueta

Consejeras y Consejeros electorales

Mtra. Perla Lyzette Bueno Torres

Dr. Jorge Alberto De la Herrán García

Lic. Martín Alfonso Inzunza Gutiérrez

Mtra. Gloria Icela García Cuadras

Lic. Rafael Bermúdez Soto

Lic. Óscar Sánchez Félix

Secretario Ejecutivo

Lic. Arturo Fajardo Mejía

CONSEJO EDITORIAL

RED ALEC

*Réseau International Internacionale Amérique Latine,
Afrique, Europe, Caraïbes, territoires,
populations vulnérables, politiques publiques*

UNAI

United Nations Academic Impact

PATRICIA FIGUEROA

JUVENTUD CÓSMICA EN RED

ALTRUISMO Y HEROÍSMO JUVENIL
EN CONTEXTOS VIOLENTOS



Prólogo

Dr. Ambrocio Mojardín Heráldez



Juventud C3smica en Red.
Altruismo y heroismo juvenil en contextos violentos

Primera edici3n: 2020

ISBN EDL: 978-607-8706-60-0

ISBN IEES: 978-607-98440-3-5

D. R. © Patricia Figueroa

D. R. © Instituto Electoral del Estado de Sinaloa,
Paseo Niños H3roes 352-2, Col. Centro, CP 80000, Culiac3n, Sin.

Portada e ilustraciones: Ricardo S3nchez Bobadilla

Diseño: Ana Patricia Reyes

Maquetaci3n: Miguel Reyes

Edici3n: Jorge S3nchez Casas

Red de Investigadores (ALEC)

*R3seau International Am3rique Latin Afrique, Europe,
Caraiibes, territoires, populations vuln3rables, politiques publiques*

Prohibida su reproducci3n total o parcial en cualquier medio impreso o electr3nico u otros medios sin el permiso expreso y por escrito de los propietarios de los derechos patrimoniales.

Impreso en M3xico

Printed in Mexico



ÍNDICE

9	PRÓLOGO
17	INTRODUCCIÓN
23	CAPÍTULO I Juventud y redes sociales, entramado de ficción y realidad
59	CAPÍTULO II Altruismo y egoísmo del «ALTER» al «EGO»: ¿Dos caras de una misma moneda?
81	CAPÍTULO III In-seguridad, donde hacer lo correcto es heroico
93	CAPÍTULO IV Diseño metodológico para atrapar los anhelos juveniles
99	CONCLUSIONES
103	ANEXOS
109	REFERENCIAS





PRÓLOGO

PARA INICIAR, DESEO agradecer a la Dra. Patricia Figueroa la distinción que me hace al invitarme para escribir este apartado de su obra. Confieso que me aguanté el miedo que me causó la invitación y me puse a trabajar de inmediato. No podía ser diferente, pues la temática que aborda el libro es controversial por naturaleza y aún carece de ideas concluyentes.

Entender, o más aún explicar, el pensamiento de las juventudes, sin acercarse a ver lo que hacen, a conocer lo que sienten de sus acciones y a escuchar las razones de su actuar es una tarea naturalmente compleja. A la distancia difícilmente se logra; por lo menos reclama acercarse a ellas y conocerlas de cerca, como se intenta con los sondeos que aquí se reportan.

La investigación social dice que las niñas, los niños, los adolescentes y los jóvenes de hoy son especiales por muchas razones. La principal es que viven una realidad que los tiene con elevados sentimientos de soledad, marcado individualismo y un interés exacerbado por los bienes materiales y el placer sin mucho recato de los medios para lograrlo. ¿Son así? ¿Por qué?

Desafortunadamente, en la nueva era se vive tan rápido y muchas veces tan solo, que las posibilidades de acompañar y dar seguimiento directo al pensamiento joven (no adulto) son realmente pocas. En primer lugar, porque las dinámicas familiares han disminuido la convivencia interna y consecuentemente tienen ambientes de baja calidad comunicativa. En segundo lugar, porque tienen a las redes sociales (RS) como recurso cotidiano de interacción social, que no alcanzan para establecer relaciones humanas significativas. Amén, de que su uso y operación tiene

interpretaciones y códigos prácticamente incompatibles para adultos y jóvenes.

Las RS están siendo para los jóvenes una puerta de comunicación que “alivia” las carencias de diálogo cotidiano con sus padres y otras personas significativas. Son una fuente inagotable de información y entretenimiento con la que responden muchas de sus dudas y desde la que moldean gran parte de sus incipientes proyectos de vida, pero siguen lejos de ser un medio de contacto como el que necesitan.

Las RS son esa plataforma disponible las 24 horas del día, con la que llegan a sus “amigos” y, sin la presión que supone el contacto cara a cara, abordan cualquier tema. Una especie de cabina móvil que les habilita para la interacción que no compromete lazos perdurables ni profundos, pero simula el tipo de respaldo que los jóvenes necesitan para tomar decisiones de diferente índole; desde íntimas, hasta sociales. Un espacio que entretiene e informa, pero no alcanza para hacer contribuciones de peso en favor del desarrollo del pensamiento y las actitudes que necesita la sociedad moderna para recuperar estabilidad y progreso.

De acuerdo con la psicología del desarrollo, el pensamiento de las y los jóvenes es dinámico, creativo, con destellos de fantasía y egocentrismo, pero marcadamente práctico. Es un tipo de pensamiento muy parecido al de los adultos, pero más “intrépido” y “facilista”. De tal manera que las decisiones a que conduce se convierten en acciones muy rápido, mucho más rápido que en los adultos.

Para los adultos, el pensamiento de los jóvenes es superficial y de corta visión, una combinación que difícilmente supera las contradicciones y el fracaso. Quizá por ello se asume como necesario ejercer sobre estos una tutela, que ya no aceptarán del todo, que no les inspira como lo hubiese hecho pocos años atrás y que con facilidad se vuelve motivo para el conflicto y el distanciamiento.

Para los jóvenes, especialmente para los adolescentes, el mundo tiene significados más sencillos que los que los adultos ven. Mientras el joven ve un reto en una dificultad, el adulto ve un error de estrategia y una manifestación de ingenuidad; mientras que el joven aspira a soluciones prácticas y prontas para los problemas que enfrenta, el adulto le considera inmaduro y precipitado.

Esa diferencia, aparentemente natural entre generaciones, es el resultado de los estilos de interacción social adulto-joven, más algunos cambios madurativos en la estructura cerebral de las personas. El peso mayor de esa diferencia lo tiene la distancia comunicativa y la falta de conexión psicológica entre ellos, pero la agranda el seguimiento de esquemas culturales que sobrepone al primero (como experto) sobre el segundo (como novato).

Entre los adultos existe la creencia, que se ha perpetuado por generaciones, de que el pensamiento joven es por naturaleza limitado e insuficiente para la toma de decisiones trascendentes. La evidencia con que soportan esa creencia no es muy sólida porque por lo regular son actos donde las decisiones de los jóvenes tienen una alta carga emocional (como tener relaciones íntimas), pero pobres indicadores sociales y cognitivos. Una circunstancia en la que muy probablemente un adulto tomaría decisiones similares a las de un joven.

Algunos especialistas del comportamiento han contribuido para que se consolide tal creencia, al sugerir una interpretación absolutista e inamovible de algunos resultados de neuropsicología, que indican que el ciclo de madurez cerebral (particularmente de la zona relacionada con la toma de decisiones) de las personas, concluye hasta después de los 19 o 20 años. Han dejado de lado múltiples evidencias que demuestran que la toma de decisiones tiene una base de condicionamiento social que casi siempre sobrepasa la influencia del estado neurológico que supone la madurez «completa».

Para la psicología del desarrollo (John C. Coleman) el efecto del medio social en la evolución de las capacidades psicológicas es innegable. Medios más estimulantes y con mayor demanda aceleran el desarrollo psicológico. Para la psicología cognitiva la capacidad para la toma de decisiones complejas se alcanza y evoluciona como efecto del entrenamiento y la madurez neurológica. Por su lado, Daniel Schacter sugiere que la etapa superior de la evolución en la toma de decisiones se logra cuando la persona puede resolver un problema que pone en juego más de dos variables de manera simultánea (conveniencia, efecto social, consecuencias a largo plazo).

Por ello, no es correcto, ni justo, asumir que las decisiones de las y los jóvenes serán malas sólo porque tienen corta edad. Considerar esto como verdad es en realidad menospreciar el potencial intelectual, del cual seguramente todos tenemos ejemplos que lo ilustran.

Tanto desde la psicología del desarrollo, como desde la psicología cognitiva se ha documentado, que la estimulación que proveen los ambientes sociales de alta demanda cognitiva (de interacción constante entre novatos y expertos) aceleran la expresión de operaciones mentales complejas. Por ello, contar con ambientes así puede resultar en beneficio de las nuevas generaciones.

Con relación a las manifestaciones de altruismo y el significado que le dan los jóvenes, este libro ofrece análisis interesantes a los que hay que dar seguimiento. La psicología social propone ver la conducta altruista como el reflejo más profundo de la actitud prosocial y una condición que se expresa regularmente asociada a circunstancias de alto contenido emocional.

Su origen aún carece de explicaciones conclusivas, pero la investigación en psicología del desarrollo registra que sus manifestaciones están más presentes en las etapas tempranas de la vida. Las y los niños tienen comportamientos altruistas con más frecuencia que los adolescentes, los jóvenes y los adultos.

Los componentes psicosociales más reconocidos de la conducta altruista son la Empatía, la Identificación con el otro, el Sentimiento de Pertenencia y el Sentimiento de Compasión. Una persona altruista hace por el otro lo que se necesite con el único propósito de sacarle del riesgo en que lo percibe.

La investigación ha documentado que la expresión de conductas altruistas trae grandes beneficios a quienes las tienen. Para empezar, estas personas gozan de más aceptación social, son más felices, son más sanos física y mentalmente y tienen mucho menos probabilidad de caer en depresión y ansiedad.

Algunas de las condiciones socioambientales que inhiben el altruismo en las personas son la Dilusión de la Responsabilidad (entre más espectadores hay, menos probabilidad de ser altruista); la Inhibición Cultural (es difícil ser altruista en ambientes que la reprueban o se mofan de ello) y la Percepción de Riesgo (más marcado en adultos, si el riesgo percibido es alto).

Estudios de mediados de los años cincuenta encontraron que es más fácil que las personas sean altruistas cuando provienen de ambientes familiares y sociales que practican el altruismo. Esos resultados se han confirmado en múltiples estudios recientes y eso ha servido para que, en algunas naciones con problemas graves de descomposición social, se formulen y propongan programas de reeducación basados en la promoción de la ayuda y la solidaridad.

Las nuevas generaciones están viviendo una realidad con marcados sentimientos de soledad, pero bombardeados de información que temporalmente la alivia. La demanda creciente de drogas desde edades tempranas, el incremento en los suicidios de niñas, niños y jóvenes y la configuración de una realidad donde contrastan la crianza que no incluye entre sus prioridades el cultivo espiritual, con la que celebra el individualismo y se muestra indiferente ante la exposición de conductas antisociales fundadas en la búsqueda del placer, justifican sobradamente estudios como el que motivó la presente obra.

Debo reconocer en Patricia Figueroa la valentía para abrir el debate en temas tan sensibles y trascendentes. Ella sabe, como sucede hasta con los más experimentados investigadores del comportamiento, que las respuestas a las dudas que genera la forma de actuar y de pensar de nuestros niños, niñas, adolescentes y jóvenes adultos están en construcción permanente.

Esta época es nueva por muchas razones y como tal se presenta a través de la forma de ser, de pensar y de actuar de las nuevas generaciones. La única forma que tenemos para entenderla y atenderla mejor es acercándonos a ellas y viviendo con cada uno de sus integrantes una interacción que garantice comunicación profunda y acompañamiento verdadero. En este libro, sin duda, hay un esfuerzo en esa dirección que debe ser reconocido y aprovechado, con todas sus implicaciones por actores sociales, familias y personas en lo individual.

DR. AMBROCIO MOJARDÍN HERÁLDEZ
Culiacán de Rosales, Sinaloa, noviembre de 2019







INTRODUCCIÓN

Dichosa edad, y siglo dichoso aquel donde saldrán a luz las famosas hazañas mías, dignas de entallarse en bronce, esculpirse en mármoles y pintarse en tablas para memoria del futuro.

DON QUIJOTE DE LA MANCHA

Para defender la verdad, primero hay que descubrirla. Y la verdad es que este libro busca ser una continuación de *Juventud Cósmica en Construcción*, Vol. I. El segundo volumen de la colección era prácticamente obligado: *Juventud Cósmica en Red*, Vol. II. Una red que nos invade en todos los sentidos y desde donde se crea un mundo en el cual, verdad y falsedad han encontrado nuevas formas de mezclarse para crear conceptos nuevos: *fake news*, *pos-verdad*, *memes*, *bots*, *trolls*. Un espacio donde todo parece eterno, pero donde a la vez todo envejece tan rápido.

¿Cómo distinguir lo verdadero de lo falso? Esta que parece una simple pregunta me obligó a sumergirme en aguas densas donde palabras como heurística y epistemología parecen pesarte tanto, que tiene que venir a sacarte a flote el *cogito ergo sum*, este «pienso, luego existo», de un Descartes ansioso por verte nadar como pez en el agua por los mares de la conciencia y la razón.

El primer capítulo de este libro se ha empeñado en llevarnos por diferentes caminos a un mismo destino, que es encontrar-nos con la verdad. Y si De Condillac (2001) tiene razón, y la estructura social está basada en la comunicación, la estructura de nuestra sociedad pende de millones de *bits*, y si es verdad, como dice nuestro filósofo, que la comunicación interpersonal construye identidades determinando la interacción de los individuos

en sociedad, nuestra sociedad está interactuando como nunca antes lo había hecho en la historia de la humanidad: con filtro y con retoques.

El objetivo de esta introducción es resumir las ideas centrales de cada capítulo, pero sería demasiado banal y arriesgado señalar que la intención del primero es aprender a descubrir la verdad. Han sido y siguen siendo muchos los grandes filósofos empeñados en darnos las recetas para lograrlo, Denis de Rougemont, por ejemplo, consideró que la bien intencionada adquisición y transmisión del conocimiento –proceso a través del cual se construyen realidades–, debe tomar en cuenta la naturaleza humana, que está entre aquellas que pueden mentir, es decir, de dar gato por liebre.

Analizamos en los primeros apartados del capítulo cómo los jóvenes pueden encontrar la verdad en medio de un mar virtual, donde las mentiras tienen nuevo nombre (las ya mencionadas *fake news*) y las verdades se amoldan según el emisor (la antes señalada *posverdad*), para ir al acecho de quien sufre pereza mental y se niega a aplicar la razón para desenmarañar la mentira. Las estadísticas que aquí se presentan, dejan claro cómo la pantalla de los *smarthphones* se está convirtiendo en la ventana a esos mundos virtuales donde verdad y mentira se abrazan de manera peligrosa. Aquí, también, la exploración de la adicción a Internet se presenta como un llamado de autoconciencia, desde lo público y lo privado.

El capítulo II presenta un recorrido teórico por los conceptos siempre complejos y aparentemente antagónicos de altruismo y egoísmo. Del *alter* al *ego*, pretendemos aquí navegar con la ayuda de grandes pensadores, como el filósofo español Marina Torres, quien hace un enfático llamado a no ser sonrientes portadores de una inteligencia fracasada, llamada así, por no decir, simplemente, y con palabras más llanas: portadores de la estupidez humana.

Aristóteles, Ayn Rand, el filósofo Ray Madding McConnell, Hamilton y el biólogo evolucionista Clinton Richard Dawkins, entre otros, nos presentan una danza de palabras en torno al altruismo y egoísmo, a través de las cuales es casi imposible no apreciar cómo, en conjunto, conforman un maravilloso espectáculo donde el ritmo lo marca la justicia, la razón y el amor por el yo (*ego*) que no es excluyente del amor por el otro (*alter*).

En la parte de los datos duros, presentamos los resultados en torno al sentido de comunidad de las y los jóvenes sinaloenses y su disposición, que resulta ser muy elevada, hacia las acciones altruistas.

El capítulo III se antoja menos colorido que los anteriores, y aborda el siempre lacerante tema de la In-Seguridad, escrita de este modo, en espera de que pronto, tengamos el poder de prescindir, sin demagogias, del prefijo que todo lo niega y que hoy nos separa del sustantivo que en Sinaloa aspiramos utilizar de manera natural y certera. Parto de los hechos del 17 de octubre de 2019, el llamado *jueves negro en Culiacán*, para ejemplificar algunos casos de actitudes altruistas, más tendientes al heroísmo cuando se llevan a cabo en ambientes de elevados niveles de incertidumbre y violencia. En este capítulo presentamos los resultados de la investigación de campo llevada a cabo para explorar la percepción de las y los jóvenes ante su contexto violento y cómo en dichos contextos se es capaz de pensar también en el otro.

El capítulo IV pretende dejar limpio el camino metodológico para andar la vereda de los números con la confiabilidad que nos da la validación de nuestras herramientas para la obtención de datos, ahí se detalla el desarrollo de nuestra escala multifactorial para medir variables subjetivas multidimensionales con un diseño particular, teniendo como marco teórico conceptual la Teoría de Valores de Schwartz.

Los municipios elegidos por ser los de mayor tamaño poblacional, fueron Mazatlán, Culiacán, Navolato, Guasave y Ahome. De una muestra de 1 000 jóvenes sinaloenses accedieron a res-

ponder el 100% la consulta, sin registrarse casos de «no-respuestas». De los mil respondientes con rango de edad entre los 18 y 35 años, 52.7% fueron mujeres y 47.3% hombres. Un 78% habita en zona urbana y el resto, 22%, habita en la zona rural. Tan sólo el 9% de nuestros mil respondientes dijo estar casado, mientras que 81.2% se encuentra soltera(o) y un 8.5% vive en unión libre.

A modo de conclusión se presenta un análisis general sobre los resultados, siempre contextualizados en la nueva era digital y el ambiente violento en el que se está desarrollando nuestra juventud sinaloense.

Por último, se invita a apreciar esta obra como una propuesta para alcanzar, una nueva comprensión del papel que juegan las y los jóvenes en las sociedades actuales –específicamente, la sinaloense–, de su comportamiento e interacciones en contextos violentos, con énfasis en los valores de altruismo y egoísmo, ambos desde una perspectiva racional y pensada para el beneficio colectivo e individual.

Como siempre, y valga a modo de agradecimiento, se destaca la participación, con la revisión por pares (abierta), del Consejo Editorial de Red Alec con sede en Limoges, Francia, y cuya directora, la Dra. Dominique Gay-Sylvestre, ha dado mejor rumbo con sus observaciones a lo que aquí se plantea. Este segundo volumen de una ambiciosa colección literaria denominada *Juventud Cósmica*, ostenta orgullosamente el sello de calidad de la iniciativa *United Nations of Academic Impact* (UNAI).

Al excelente prologuista de esta aportación, reconocido académico, maestro, guía y luz de muchas generaciones de investigadores (entre las que me cuento), Dr. Ambrocio Mojardín Heráldez, va mi abrazo de amistad, respeto y admiración. Gracias por tan profundo y aleccionador prólogo.

A mi colega investigadora Karina Márquez, agradezco su invaluable apoyo para concluir, esperando que en tiempo y forma, esta aportación académica en torno al fenómeno juvenil en México. A Yadira Villegas, del Área de Educación Cívica del Instituto

Electoral del Estado de Sinaloa, gracias por el impulso y la ayuda brindada, que superaron con mucho la prueba de lo profesional.

Verdad es también mi admiración personal al cartonista, caricaturista, artista, Ricardo Sánchez Bobadilla, amigo solidario y atrapador de verdad a punta de colores y trazos.

La *Colección Juventud Cósmica*, que tiene en este trabajo su segundo volumen, ha sido fruto de una iniciativa y visión de la Consejera Presidenta, maestra Karla Gabriela Peraza Zazueta, a quien se debe agradecer –y agradezco– que todos estos anhelos, esfuerzos y deseos por comprender más a la población juvenil mexicana, se encuentren hoy plasmados en un libro donde las y los jóvenes sinalosenses son la verdad más importante.





CAPÍTULO I

JUVENTUD Y REDES SOCIALES, ENTRAMADO DE FICCIÓN Y REALIDAD

Se dice que la realidad supera a menudo la ficción, intentemos, entonces, ponernos a la altura de la primera.

MICHEL MAFFESOLI
EL TIEMPO DE LAS TRIBUS

Ver la realidad con la razón, no sólo con los ojos. Imaginemos por un momento que nos encontramos en medio de un hermoso valle desde donde se aprecian las montañas y se escuchan los sonidos de la naturaleza, desde donde podemos ver, escuchar, oler, probar y tocar. Prácticamente todos hemos estado en un lugar así. Cambiemos el campo por la ciudad, el valle por la montaña, el mar por el desierto, y en cada situación trataremos de capturar la realidad que nos rodea a partir de nuestros sentidos. El sentido más poderoso, sin embargo, es la razón.

Por la razón, con la razón o sin ella, se puede optar por vivir, sentir y procesar mentalmente la realidad que percibimos con nuestros sentidos de manera incuestionable y en nuestro diario vivir, esa realidad tiende a ser conceptualmente sencilla e incluso superficial. Siendo este el caso, para creer la «verdad» –o lo que se cree que es verdad– no se requiere mayor explicación o profundización debido a que, antes de nosotros, otras personas –científicos, políticos, líderes de opinión, líderes religiosos e incluso nuestros padres– han establecido ya buena parte de lo que es verdadero o falso a nuestro alrededor, y son verdades que se han venido aceptando para hacer la vida más simple y comprensible.

Se puede vivir, también, en un mundo donde todo es potencialmente una mentira, ese mundo conspirativo controlado por una poderosa élite que actúa como un titiritero jalando los hilos de los destinos de la humanidad y que al controlar la verdad nos manipula a través de la mentira.

Desde luego que ambos extremos, el mundo axiomático –con verdades que no se discuten– y el mundo conspirativo –donde todo lo que se presenta como verdad es una potencial mentira– son peligrosos y falsos en sí mismos. Podemos, sin embargo, optar por un pensamiento más crítico y exigente, donde cada verdad que consideremos relevante se someta, antes de ser aceptada como tal, a un proceso de verificación donde la lógica y la razón sean los pilares fundamentales sobre los que se construya el análisis que nos permitirá consumir cierta información como verdadera, o bien, desecharla como información basura.

Pero antes de explorar una eventual respuesta a la pregunta: ¿cómo se puede distinguir lo verdadero de lo falso?, planteémonos ¿cuándo tuvo conciencia de sí mismo el ser humano?, o mejor aún, ¿cuándo se volvió humano a partir de la conciencia que tuvo de sí mismo? ¿Cómo es que pasamos de ser monos desnudos erguidos y bípedos a *homo sapiens*? ¿Cómo hemos llegado al punto, no sólo de observar nuestro entorno, sino también de transformarlo al grado que es difícil voltear a algún sitio del planeta sin ver ahí los rastros que ha dejado el ser humano?

Estas preguntas invitan a la búsqueda de respuestas que nos permitan comprender cómo el ser humano determina su conciencia y cómo a partir de sus conocimientos e ideas va construyendo su mundo individual y social; ante dicha búsqueda tendríamos que hacer una parada obligada en la sintética frase existencial de René Descartes *cogito ergo sum*, este «pienso, luego existo», nos lleva por el camino de la comprensión de que el conocimiento va unido a la conciencia, y sin esta última es prácticamente imposible hablar de un ser humano individual y social.

En sus clásicos ensayos sobre el origen del conocimiento humano, el filósofo y economista francés de finales del siglo XVIII, Étienne Bonnot de Condillac (2001), señala la conexión de las ideas a través de lenguajes y códigos como acción primera del conocimiento. Las artes, la escritura y los diferentes idiomas se construyen a partir de signos conectores y con ellos los seres humanos somos capaces de compartir las ideas nacidas de la imaginación, la contemplación y la memoria, mismos que derivan en la generación de la cohesión social.

El conocimiento ha sido y es un tema recurrente como objeto de estudio desde el punto de vista antropológico, psicológico, sociológico, económico y empresarial. Algunos autores (Hill, Watson, Rivers, y Joyce, 2007) refuerzan la idea de De Condillac (2001) de una estructura social basada en la comunicación e incluso afirman que la comunicación interpersonal construye identidades determinando la interacción de los individuos en sociedad.

Otros temas de discusión en torno al conocimiento son la forma como se adquiere y la manera como se transmite el conocimiento una vez adquirido. Para Giddens (2000:512-513) esta adquisición de conocimiento «se basa cada vez más en el aprendizaje abstracto (de materias como las matemáticas, la ciencia, la historia, la literatura, etc.) y no en la transmisión práctica de habilidades específicas». Así, cuanto más compleja la sociedad, más se complejizan los lenguajes y los signos conectores de las ideas, disponiéndose de nuevas técnicas y tecnologías que van dominando los escenarios de la comunicación global.

A la par de los retos que impone la nueva era de la comunicación otros factores humanos hacen de la adquisición y transmisión del conocimiento un fenómeno aún más complejo y es que, como bien lo señala Denis de Rougemont (citado por Polanyi, 1962), el ser humano se encuentra entre los seres que pueden mentir, es decir, que tienen la capacidad para engañar a otros, porque precisamente poseen la habilidad de comunicar mentiras. Entonces, otro de los retos para cualquier persona, cuando se

trata de adquirir conocimientos y de transmitirlos, es discernir lo falso de lo verdadero.

Para los antiguos griegos observar era una acción fundamental para conocer el mundo, sin embargo, aquellos sabios no se limitaron sólo a observar, cuestionar fue la acción motora que les permitió apartar las mitologías –aunque no del todo– de su caja de herramientas explicativas de la realidad. Al cuestionarse sobre el Universo mismo, los sabios de la Grecia antigua fueron creando las bases de las ciencias: Matemáticas, Física, Astronomía, Filosofía, Medicina. Sus preguntas exigían respuestas que no podían obtenerse sólo a partir de la observación del mundo tangible y visible, sino que requerían de un profundo ejercicio donde la razón era la herramienta más poderosa.

Desde luego que no todas las ideas y teorías de los sabios griegos derivaron en «verdades», pero fueron puntos de partida invaluable para trazar los caminos que la ciencia habría de seguir en siglos posteriores. Como ya se dijo, observar es una acción primordial para conocer el mundo, pero muchos de los más fascinantes hallazgos sobre el Universo: los átomos, por ejemplo, se han alcanzado, no a partir del sentido de la vista, sino de la razón. Descubiertos por Leucipo de Mileto y Demócrito de Abdera hacia el siglo V a.C., los átomos no podían ser vistos, pero sí descritos como cuerpos diminutos que se movían en el vacío y de los cuales se componía el mundo (Watson, 2011). Ya desde entonces se creía en la existencia de una partícula elemental que hasta hoy, en pleno siglo XXI, sigue siendo buscada por los físicos.

En una de mis primeras búsquedas de la verdad sobre fenómenos relacionados con la violencia en mi entorno social exploré, desde la visión aristotélica, el significado de algunas palabras, su desgaste y su incapacidad para representar, sin adjetivos, ideas y realidades, comprendiendo que

la búsqueda de la verdad es, por lo general, un proceso que emociona, apasiona y en algunas ocasiones, incluso, transforma. En

su persistente búsqueda de la verdad, Aristóteles se preguntaba si era posible que en las letras mismas de una palabra se pudiera descubrir la verdad y encontrar en ella la realidad. El filósofo comprendía desde entonces que las palabras significan, representan, simbolizan y que con ellas se construyen realidades (Figueroa, 2017:21-22).

Las palabras, a veces desgastadas o utilizadas de manera diferente a su original propósito descriptivo-explicativo, a veces generadoras de confusión o desánimo, nos hacen pensar y repensar sobre algunos fenómenos sociales, porque en su propio desgaste y demérito en una sociedad y en una era en particular, ya no logran describir una realidad que requiere de nuevas formas de ser expresada.

Piensa rápido y quizás no acertarás. En nuestra cotidianeidad, cuando queremos descubrir algo, o deseamos saber la verdad sobre algo en específico, tenemos la opción de acotar o, lo que es lo mismo, sesgar el camino para llegar más rápido a una conclusión que nos parezca más o menos aceptable como verdad sobre ese hecho. Cuando la mente se pone algo perezosa, en lugar de leer, investigar o profundizar en un tema, preferimos creer lo que otros nos dicen que es verdad o, simplemente, atender lo que la intuición nos dicta. A este tipo de conocimiento se le ha llamado «heurístico», palabra que tiene relación estrecha con aquella exclamada por Arquímedes:¹ «¡Eureka!», qué sería algo así como «¡por fin lo encontré!»

¹ Se cuenta que el rey Hierón le pidió a Arquímedes investigar si su joyero había utilizado todo el oro que le había encargado para fabricar su corona. Mientras el griego se sumergía en el agua de su bañera descubrió el llamado principio hidrostático, el cual le permitiría resolver el enigma de la corona real. La leyenda cuenta que Arquímedes salió de la bañera gritando con júbilo «Eureka, eureka» (Lo encontré, lo encontré) refiriéndose a

Hoy, más que nunca, se vive, pues, en un mundo heurístico, donde se busca obtener de manera fácil y rápida las verdades que den solución a diversos tipos de problemas, sin pasar a otros niveles de análisis. Podríamos decir que esa actitud heurística imperante, nos lleva a deducir, encaminándonos –por la vía más rápida– a la búsqueda de la verdad, pero no nos lleva necesariamente a ella (Velasco Gómez, 2000).

Desde hace un par de décadas, se advertía el incremento de la información audiovisual sobre la escrita, refiriéndose especialmente a los medios de comunicación de masas (Matute, 1999), haciendo un llamado a revisar con cuidado los «hechos» que no siempre resultan ser lo que a primera vista parecen.

Se trata de hechos inducidos, a partir de expectativas. Me refiero, como ejemplo, a las encuestas y todo género de muestreos que tratan de ilustrar las tendencias del electorado (...). La solución de ese problema heurístico la proporciona, como siempre, la crítica (Matute, 1999:23).

Este exponencial incremento de información audiovisual, lo encontramos en redes sociales como *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, *Twitter*, entre otras. Desde estas plataformas se muestran realidades, o supuestas realidades, que caen como anillo al dedo a la tendencia de querer saberlo todo rápido y con el menor esfuerzo posible. El camino más corto entre el hecho y la conclusión nos dirigirá heurísticamente al conocimiento sobre algo pero, al no ir acompañado de la crítica y el análisis, dicho conocimiento puede transformarse en ignorancia o en una falsedad de esas que emergen diariamente en medio de tanta información superficial, la que podríamos llamar *información placebo* si fuese inocua o

este hallazgo conocido como el Principio de Arquímedes. Ver Gutiérrez, S. (2006). El Método: una carta reveladora de Arquímedes a Eratóstenes. *Revista Suma*, 53, 69-73.

sólo para entretener, o *información virulenta* si su propagación y consumo pudiese ser promotor de daños físicos, psicológicos, morales a personas, o tendientes a la desestabilización social.

Jóvenes navegando en un mar virtual. Desde el año 2012, el organismo *Reuters Institute* ha venido presentando el reporte anual *Digital News Report*,² donde podemos encontrar datos duros sobre el uso de Internet y el consumo de noticias a nivel mundial. Para 2019, el reporte presenta una revisión sobre los hábitos de los jóvenes respecto a los medios digitales, enfáticamente sobre *Facebook* y *YouTube*, en 38 países del mundo, incluido México. El año anterior, 2018, el reporte se enfocó al uso de *Facebook* y *WhatsApp* como herramientas para acceder a las noticias.

En 2019, el porcentaje de población que usa Internet en México alcanza el 65%, el porcentaje más bajo de los seis países americanos contenidos en el reporte del *Reuters Institute*: Argentina (93%), Chile (78%), Brasil (71%), Estados Unidos (96%) y Canadá (90%). En Europa, los cinco países de una lista de 24 que registran mayor grado de penetración de Internet en la vida de las personas son Noruega (99%), Suecia (97%), Dinamarca (97%), Alemania (96%) y Reino Unido (95%). Entre los países asiáticos con mayor penetración de Internet encontramos a Corea del Sur y Japón, ambos con 93%. De los países africanos se consideró incluir sólo a Sudáfrica, el cual registra apenas un 54% de tasa de penetración de Internet.

Respecto a las noticias que se difunden por la red, de los 38 países encuestados para su reporte de 2019, el *Reuters Institute* destaca a Finlandia como el país cuya población confía más en las noticias de la red (59%). Corea y Francia tienen a los internautas que confían menos con 22% y 24%, respectivamente. Desde el enfoque, ya no de la confianza, sino de la duda sobre la veracidad de la información noticiosa de la red, México se ubica en el

² Reportes disponibles en URL: <http://www.digitalnewsreport.org/>.

quinto lugar, con un 68% de desconfianza, es decir, sólo el 32% confía. En América Latina, Brasil va al extremo con un 85% de usuarios a quienes les preocupa si lo que leen es real o falso, lo que significa que sólo el 15% de los brasileños confían en ese tipo de información.

Los jóvenes acceden al mundo desde sus *smartphone*. Imaginemos por un momento lo importante que resulta ser el mundo de la información *on line* en Estados Unidos, donde el nivel de penetración de Internet es, como ya se dijo, del 96%. La batalla política entre el Partido Republicano y el Partido Demócrata ha sido un tema recurrente en los propios medios donde los republicanos (conservadores) acusan a *Google* y *Facebook* de sesgar la información a favor de los demócratas (liberales).

En el país vecino la caída paulatina de los medios tradicionales de comunicación (TV, radio y prensa escrita) contrasta con el crecimiento persistente de los medios de comunicación en línea (Yahoo! News, CNN.com, Fox News online, entre otros). Por otra parte, las personas que se informan en línea, a través de Facebook (39%), YouTube (20%) y Twitter (15%), principalmente, lo hace cada vez más a través de sus teléfonos inteligentes y cada vez menos con sus computadoras personales y con sus *tablets*.

Continuando con el análisis del reporte de este año de *Reuters Institute*, la tendencia mundial de la población juvenil entre 18 y 34 años es ir dejando paulatinamente las computadoras y las *tablets* para acceder a las noticias desde sus inseparables *smartphones*. Para el caso mexicano las redes sociales más utilizadas para acceder a las noticias son Facebook (67%), YouTube (42%) y en un tercer lugar WhatsApp (41 por ciento).

Desde luego que para las personas que no están en línea en México (más de 45.8 millones, es decir 35% de una población de 131 millones según *Reuters*), la TV y la radio siguen siendo los medios más populares de comunicación. El reto del periodismo mexicano y de los consumidores de información es la lucha cons-

tante contra los memes y las falsas historias que comparten los llamados *trolls*³ y *bots*⁴ a través de las principales redes sociales. Discernir entre lo real y lo falso en las redes sociales es, actualmente, el gran reto para los jóvenes mexicanos.

En el sitio oficial de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) se sugiere una Alfabetización Mediática e Informacional que ayude, sobre todo a los jóvenes, a «valuar críticamente los contenidos y a tomar decisiones fundadas como usuarios y productores de información y contenido mediático».⁵

En la era digital, otro de los retos de niños y jóvenes es administrar adecuadamente su *screen time*, es decir, el tiempo que pasan frente a la pantalla de un televisor, computadora, videojuego, *tablet* o *smartphone*.

De acuerdo con datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición de Medio Camino 2016 (Ensanut, 2016),⁶ niños y jóvenes mexicanos pasaron más de dos horas diarias frente a pantalla, lo que excede las recomendaciones de los expertos que integran la Academia Americana de Pediatría.

³ De acuerdo con el Cambridge Dictionary, la palabra troll (originalmente una criatura mágica de la mitología escandinava) es, en términos cibernéticos, «una persona que deja intencionalmente mensajes molestos en Internet, con el fin de obtener atención y causar problemas». Ver URL: <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english-spanish/troll>.

⁴ Bot, según el Cambridge Dictionary, es un programa de computadora que trabaja automáticamente buscando y encontrando información en Internet. Ver URL: <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/bot>.

⁵ Disponible en URL: <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/>.

⁶ Documento para consulta disponible en URL: <https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2016/doctos/informes/ENSANUT2016ResultadosNacionales.pdf>.

En México, de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI),⁷ hay 74.3 millones de usuarios de Internet. La mayoría de estos navegantes de la red son jóvenes *millennials* que se encuentran entre los 25 y los 34 años de edad, mismos que utilizaron sus computadoras, *tablets* y, sobre todo, *smartphones*, para entretenerse, en un primer lugar, para comunicarse con otras personas, en un segundo lugar y, por último, para obtener información. Y mientras se registra la disminución paulatina del uso de computadoras en los hogares (pasando de 45.4% en 2017 a 44.9% en 2018), se registra un incremento constante del número de usuarios que se conectan a Internet a través de sus celulares inteligentes: 92% en 2017 contra 93.4% en 2018. Sin duda, entre la juventud mexicana, segmento donde se encuentra el mayor número de usuarios de Internet a nivel nacional, el *smartphone* es el rey de los *gadgets* al momento de navegar por la red y, más específicamente, por las redes sociales.

Y si el smartphone es el rey de los gadgets, Facebook es la reina de las redes sociales. El popular *feis* es el punto de encuentro virtual por excelencia, y resulta curioso que muy pocos jóvenes sinaloenses (apenas un 10%) admitan que ser popular en esta red y recibir muchos *likes* a sus publicaciones sea algo importante (Figueroa, 2019). ¿Será entonces que los jóvenes sinaloenses se encuentran –afortunadamente– aún mucho más inmersos en la interacción *face to face*, y que por ello desdeñen la importancia de los *likes* como factor de aceptación social en el mundo virtual? En contraste con lo que señalan los jóvenes en Sinaloa, sus coetáneos en Estados Unidos consideran importante que, tanto a través de los muros de *Facebook* como en la interacción cara a cara, su audiencia muestre «interés y entusiasmo» (Zell y Moeller, 2018:28).

⁷ Disponible en URL: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/OtrTemEcon/ENDUTIH_2018.pdf.

Hasta donde sabemos, *Facebook* es un mundo de percepciones donde recibir aprobación a partir de los *likes* está asociado con el bienestar subjetivo y la autoestima. En el sentido más tradicional, compartir una noticia persona a persona implica que estás seguro que el mensaje llegó a tu interlocutor y esperas de él o ella una respuesta. En el caso de las redes sociales, al compartir esta misma noticia se podría no tener respuesta, o al menos no de la persona que se espera, y eso podría generar situaciones de angustia (*Idem*).

Mientras observamos la evolución y consecuencias del uso cada vez más intenso de las redes sociales, los *millennials* se han convertido en la primera generación de jóvenes –en miles de millones de años de historia de la humanidad– con posibilidad de acceder desde la palma de su mano a cualquier rincón del planeta donde exista una computadora, *tablet* o *smartphone* conectado a Internet. Nuestra «juventud cósmica» es capaz de leer, ver y escuchar –prácticamente donde quiera y cuando quiera– cualquier obra magnífica o basura digital que haya sido escrita, filmada o grabada, y que haya sido colocada en algún sitio de esa maraña gigante de hilos invisibles conductores de dígitos binarios, conocida como *web*.

En el mundo tangible, mientras nos trasladamos de un lugar a otro, y sin necesidad de gafas de realidad virtual, podemos ser testigos de la abrumadora belleza de la naturaleza o de la impresionante capacidad del ser humano para transformar su entorno; de igual forma, es posible encontrar zonas de peligro y no tan atractivas a la vista, las cuales es mejor evitar si no queremos resultar dañados o, peor aún, muertos. El mundo virtual resulta tan atractivo y tan potencialmente peligroso como el mundo tangible; por ello, si queremos viajar seguros y disfrutar lo más y mejor posible de ambos mundos, debemos pensar seriamente en un proceso de alfabetización digital que nos permita leer las señales con claridad para trasladarnos de un lugar a otro en esta inmensa red binaria sin enredarnos en ella, tal como lo hacemos

en el mundo tangible, donde saber leer y escribir son habilidades fundamentales para la supervivencia.

Todo este tema evoca el filme de culto *Matrix*,⁸ ganador de cuatro premios Óscar en el año 2000 y completado como trilogía en 2003 con *Matrix Reloaded* y *Matrix Revolutions*. Esta obra cinematográfica que cumplió 20 años en 2019, discute el dilema de vivir en un mundo virtual conectado a la red o desconectarse de la matrix y vivir en el –a veces complicado y duro– mundo real. Uno de los personajes del filme, *Cypher*, vive frustrado por las dificultades del mundo real, así que decide traicionar a quienes luchan contra las máquinas, y lo único que pide a cambio es ser reconectado para «vivir» una vida virtual donde sea rico y famoso, sin recordar nada de su pasado, impulsado por su convicción de que «la ignorancia es una bendición».

Para Robert Nozick (citado por Yeffeth, 2003), la diferencia entre vivir en la fantasía y vivir en la realidad, con todos los retos que ello conlleva, es la capacidad de dar y recibir amor. Desde luego, hasta donde sabemos la inteligencia artificial es incapaz de reproducir la sensación que genera el amor, simplemente porque el amor cae en el terreno misterioso de lo irracional.

No sólo quieres la experiencia de tener amigos y ser amado. Realmente quieres tener amigos y ser amado. Es cierto que, si no tienes amigos y no eres amado, puedes sentirte tentado a escapar de la realidad a la fantasía (algunas personas usan drogas por este motivo). Pero preferirías tener amigos reales a tener amigos imaginarios. Lo mismo ocurre con la fama, la riqueza, la buena apariencia, el éxito. Por lo tanto, experimentar algunas sensaciones (como el placer) no es lo que tiene el más alto valor (Yeffeth, 2003:54).

⁸ Wachowski, A. *et al.* (1999). *Matrix*. Burbank: Warner Home Video. Disponible en URL: <https://eu-static.yelmocines.es/content/pdf/extended-synopsis/matrix-20-aniversario.pdf>.

La pregunta ¿qué es real?, ha motivado la reflexión de filósofos, físicos, artistas, teólogos y de millones de personas en cuyo cerebro y en ese misterioso apartado llamado conciencia humana se aloja la semilla de la duda existencial. Como *Cypher*, son muchos aquellos que evitan enfrentar la realidad conectándose temporal –o permanentemente– y de diferentes modos a un mundo de fantasía: a través de videojuegos, drogas, alcohol, pornografía u otro tipo de fugas de la conciencia para olvidarse, simplemente, de una realidad de la que no quieren ser conscientes.

Las motivaciones de *Cypher* para la traición son de corte hedonista y hasta cierto punto podrían ser consideradas como racionales: «estoy cansado de esta guerra, estoy cansado de pelear, estoy cansado de esta nave». «Si tengo que decidir entre esto (la verdad) y la matrix, elijo la matrix», dice nuestro personaje inspirado en Judas, el apóstol traidor. Nuestro personaje elige vivir en la fantasía, en el engaño, y ser feliz a su modo, porque para él la realidad es mucho más difícil de aceptar: violencia, hambre, frío, enfermedad, dolor, desilusión son algunos de los males que lo impulsan a dejar de ser humano para ser menos que un organismo «vivo» sin voluntad, libertad, ni conciencia de la realidad.

¿Conectados a la red o adictos a ella? En la presente colección literaria «*Juventud Cósmica*» y desde el primer volumen, hemos abrazado el concepto de juventud como un fenómeno social, temporal y, por tanto, generacional, donde el tiempo tiene que ver con una «evolución cósmica» pero también con una evolución individual y social. Si en un primer abordaje de la juventud –particularmente de aquella nacida y desarrollada en contextos violentos– nos enfocamos a comprender aspectos como la confianza, identidad, compromiso con la democracia y construcción de futuro, en este segundo volumen toca entender los retos que implica para los jóvenes ser parte de este aún novedoso mundo digital. Uno de los más grandes retos para la juventud es usar la

red a su favor y evitar, bajo cualquier circunstancia, ser usados por ella convirtiéndose en adictos tecnológicos.

Para comprender cómo funciona una adicción, debemos también conocer aquello que la provoca. Hay, por ejemplo, personas adictas al alcohol, la marihuana, cocaína, nicotina, heroína, por mencionar algunas de las sustancias que generan los más elevados niveles de dependencia. Pero, enfoquémonos, por el momento, en la droga más consumida en el mundo y una de las más populares en México y entre los jóvenes:⁹ la marihuana o *cannabis*.

A principios del siglo XVI los españoles introdujeron los primeros cultivos de *canabbis* en México. Fue a partir de 1545 que la Corona española tomó el control de la producción de esta planta de la cual extraían la fibra de cáñamo que era utilizada como insumo en la industria textil. A finales del siglo XVIII, el uso de la planta se había extendido a prácticas médicas y religiosas y hacia la década de 1850 la hierba, conocida como *rosa maría* o *mariguana*,¹⁰ comenzó a ser fumada más bien con fines recreativos, práctica que fue prohibida paulatinamente en México, siendo Cosalá y Culiacán, en Sinaloa, zonas de prohibición para 1888 y 1896 respectivamente, adelantándose en mucho a la prohibición nacional de 1920 (Campos, 2012).

A principios del siglo pasado y a pesar de que los profesionales de la medicina no consideraban la marihuana como una sustancia peligrosa, el gobierno estadounidense también prohibió su uso a través de la *Marihuana Tax Act* de 1937. En la década de 1930, la prensa y otras voces que influenciaban la opinión pública le conferían a la marihuana el poder de desinhibir los

⁹ Ver Informe Mundial sobre las Drogas 2019. Disponible en URL: https://wdr.unodc.org/wdr2019/prelaunch/WDR2019_B1_S.pdf.

¹⁰ Sobre el origen de la palabra marihuana o mariguana hay varias versiones: podría ser una combinación de los vocablos náhuatl *mallin* y *hua* que respectivamente significan prisionero y propiedad, o bien, derivar de la versión náhuatl de *María* o de los nombres *María* y *Juan* (Campos, 2012).

impulsos sexuales y como detonante de conductas violentas en los individuos, creando fuertes mitos ligados a la esfera criminal. La versión de los mexicanos como primeros introductores de la droga a Estados Unidos es ampliamente conocida; sin embargo, también se esgrime la versión de que los primeros en ingresarla a territorio estadounidense fueron los soldados y marinos de ese país que estuvieron por un tiempo acuartelados en Centroamérica (Armstrong y Parascandola, 1972).

En México, entre 1888 y 1911, tiempos de libre tránsito de las drogas, se introdujeron de manera legal entre ochocientos kilos a doce toneladas de opio; por aquella época era común comprar también marihuana, coca y heroína en las farmacias y boticas, sobre todo con fines medicinales. En 1909, sin embargo, habían iniciado ya los intentos a nivel internacional por controlar ciertas drogas, especialmente el opio. Para 1926 la marihuana y la adormidera se encontraban ya en la ilegalidad, transformando vendedores y usuarios en criminales (Astorga, 2012:28).

La presión de los Estados Unidos tuvo su efecto en las leyes mexicanas y en la producción, distribución y consumo de las drogas que gozaban de plena libertad a finales del siglo XIX (marihuana, cocaína, opio, heroína, morfina) y que fueron criminalizadas en las primeras décadas del siglo XX; esta criminalización creó un problema social y una persecución diferenciada por parte del Estado, ya que los nuevos criminales se encontraban social y culturalmente representados según la droga consumida (Piccato, 2003):

Estas drogas estaban conectadas a diferentes grupos sociales y mantenían ciertos atributos culturales: la marihuana era usada por soldados y prisioneros, mientras que para inicios del siglo XX también era consumida por muchos 'señoritos' pertenecientes a la élite, y vendida abiertamente en salones de baile, antes de que se asociara con la contracultura de la década de

1960; la cocaína pasó de droga milagrosa a ser la droga de las clases altas (*ibidem*, 2003:10-11).

El uso de estas sustancias con un efecto de alteración de la mente, la conducta y el cuerpo ha sido una constante entre los seres humanos; sin embargo, en el contexto del capitalismo preindustrial e industrial, y en plena época postindustrial, los usos puramente medicinales, religiosos y sociales de algunas de estas sustancias psicotrópicas se degeneraron por los excesos y los abusos.

Tal como las sustancias psicotrópicas, algunas actividades se tornan adictivas, como el uso de Internet. Pero, ¿qué sabemos en torno a esta red de redes cuya presencia se ha normalizado tanto en nuestras vidas, al grado que pareciera que no podemos vivir sin ella?

La historia comienza formalmente en 1969, año en el cual se dio a conocer Arpanet, una red de investigación militar estadounidense construida por la *Defense Advanced Research Projects Agency* (DARPA) con la intención de enviar y recibir información entre una red de computadoras buscando preservar dicha información ante cualquier ataque sistémico informático, e incluso de tipo nuclear. El objetivo central fue el intercambio de información a nivel de inteligencia militar, lo que suscitó el temor entre grupos civiles de que estos sistemas de redes, por donde comenzaba a fluir todo tipo de información –oficial y personal–, fuera utilizada con fines de espionaje y vigilancia (Levine, 2018).

El Arpanet catapultó las computadoras como medios para la interacción social. En Estados Unidos, hacia 1970, muchas universidades intercambiaban entre sí boletines y correos formando parte de esta naciente red de computadoras, la cual, con el tiempo, fue comparada con una telaraña extendida a lo largo y ancho del mundo (*world wide web*) y cuyas iniciales (*www*) aparecen hoy en día en millones de páginas en la red. En 1979, se creó un servicio denominado Usenet (*users network*) que permitía

generar una comunicación más estructurada entre los usuarios de la red. Para entonces, existían diversas plataformas de redes de trabajo o, dicho en inglés, *networks*, las cuales al conectarse entre sí dieron lugar a una *inter-conexión* de redes (*interconnected networks*) que llevó a la creación de Internet (Brugger, 2019).

Internet revolucionó la manera de comunicarnos, de hacer comunidad, de vender, de comprar, e incluso, transformó, por mucho, la forma como toda una nueva generación se acercó y aprendió sobre el sexo. Generaciones de abuelos y padres (*Baby boomers* y *Generación X*) se ven aún en dificultades para comprender el nuevo lenguaje de sus hijos y nietos (*Generación Y* –*Millennials*– y *Generación Z*). Términos como *trolls*, *bots* (que ya hemos mencionado antes), así como *memes*, forman parte, no sólo de un nuevo lenguaje, sino de una nueva manera de ver, comprender y relacionarse con el mundo.

Buena parte del *nuevo* lenguaje utilizado en el cosmos digital es, en realidad, una serie de términos desempolvados que, revestidos de novedad, han irrumpido con gran fuerza entre los jóvenes, quienes han adoptado rápidamente los nuevos significados. La palabra *meme*, por ejemplo, nace formalmente en 1979 cuando Richard Dawkins presenta su libro *The Selfish Gene*, donde señala las motivaciones egoístas o altruistas de los organismos frente al objetivo de hacer sobrevivir sus genes a partir de la reproducción de la especie. El científico inglés sostiene que el gen egoísta busca, no sólo sobrevivir, sino replicarse:

Necesitamos un nombre para el nuevo replicador, un sustantivo que transmita la idea de una unidad de transmisión cultural, o una unidad de imitación. ‘Mimeme’ proviene de una raíz griega adecuada, pero quiero un monosílabo que suene un poco como ‘gen’. Espero que mis amigos clasicistas me perdonen si abrevio mimeme a meme. Si sirve de consuelo, alternativamente podría considerarse como relacionado con ‘memoria’ o con la palabra

francesa meme. (...) Ejemplos de memes son melodías, ideas, frases, modas (Dawkins, 2006:192).

Los genes, como los *memes*, buscan replicarse, pero tal como sucede en el mundo biológico, en el mundo digital sólo tendrán éxito aquellos que sean mejor recibidos por el grupo, los que no sean sometidos a un proceso de análisis racional, y los que no requieran de ningún tipo de evidencia para continuar siendo replicados (*Idem*).

Para Anastasia Desinova (2019) los memes no son nuevos y, más bien, representan la tradición satírica sustraída de los cartones políticos, de la publicidad y otras expresiones. Su valor y su expresión de humor imprescindible van de la mano de la cultura y tradiciones más de tipo local, aunque también pueden hacer referencia a situaciones culturales a nivel global. Algo que resulta curioso es que la gente joven comparta memes entre su grupo de amigos, pero se sienta avergonzada de mostrar estas expresiones digitales de humor a sus padres o abuelos. Otro análisis interesante sobre los memes, es que estos funcionan como el «*fast-food media*», es decir, como ideas chatarra con muy bajo valor nutricional (*ibidem*, 33).

El surgimiento de Internet ha traído a la escena académica, política y cultural numerosos debates y reflexiones. Manuel Castells (2001), por ejemplo, confronta dos formas de apreciar o despreciar los nuevos patrones de comunicación de la red de redes: por un lado, menciona a aquellos que ven nuevas formas de crear comunidades virtuales más allá de las fronteras territoriales, mientras que, por otro lado, se señala una tendencia hacia el aislamiento social afectando la vida familiar y el contacto personal, llevando a los individuos a vivir en un mundo de fantasía.

Hoy, la cultura juvenil debe ser observada y comprendida desde las redes sociales. Debemos entender a los jóvenes desde su nueva forma de insertarse en el cosmos y de vivir su tiempo y espacio, pero también los jóvenes deben observarse y com-

prenderse a sí mismos desde su aquí y ahora, desde lo real y lo virtual. Son ellos la primera generación de la historia de la humanidad capaz de comunicarse en tiempo real, a través de imagen y sonido, con otros jóvenes de su propia comunidad o de cualquier parte del mundo con los cuales pueden crear sus propias comunidades virtuales. Para los *Millennials* y los pertenecientes a la *Generación Y*, el sentido de hacer y pertenecer a una comunidad ha cambiado de una forma radical, en relación a las generaciones precedentes.

Saber hasta dónde hacer público lo privado es un reto en la vida de muchos jóvenes que han hecho de las redes sociales su mundo virtual cotidiano. Compartir imágenes, texto y/o audio de los lugares que visitan, las personas con las que se encuentran, la comida que comen, cómo se sienten, qué piensan, su fecha de cumpleaños, dónde viven, cómo es el lugar donde duermen y quién es su familia, es información que muchos jóvenes comparten en la red a un gran número de personas. Esta visibilización no necesariamente los convierte en personas famosas o importantes, pero sí en presas potenciales de quienes están al acecho de información sensible a través de la cual puedan manipularlos o influenciarlos en materia política, comercial, religiosa o ideológica. En suma, la *private zone* y la *public zone* en las redes sociales son espacios en los cuales los jóvenes se desenvuelven de manera prácticamente indistinta.

La separación percibida entre la vida *online* y *offline*, que fue tan vital para alentar la sensación de que uno podría escapar de esta última, se ha borrado en la medida que experimentamos la continua incursión de los medios digitales en una innumerable variedad de formas en nuestra existencia cotidiana. El sueño de Internet como un sitio de trascendencia parece haberse desvanecido (Hassan y Shuterland, 2017:117).

La exposición pública cuando se es particularmente vulnerable, como en el caso de los jóvenes, provoca situaciones de acoso o *ciber bullying* si hablamos de Internet. El anonimato y las cuentas falsas son la contraparte en un mundo virtual donde se comparten –a conocidos y desconocidos– imágenes e información de todo tipo que pueden ser blanco de mensajes de odio o intimidación ya que «es muy fácil esconderse detrás de la pantalla y desahogarse con alguien, o incluso tratar de hacer que las personas se sientan diferentes según lo que compartas con ellos» (Freberg, 2019:82).

Muchas personas sentirán que no tienen nada de qué temer porque sus cuentas son «privadas», de modo que las imágenes que suben a *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* u otras redes sólo están al alcance de sus amigos y familiares. Dylan Curran,¹¹ periodista y analista de datos del diario británico *The Guardian*, sostiene que la información que poseen y comparten sobre ti, tanto Google como Facebook, es para «dar miedo». Google sabe dónde estás y dónde has estado y cada día realiza un rastreo de tus traslados para seguir incrementando su base de datos sobre tu geolocalización, de modo que también sabe tus rutinas; guarda todas tus búsquedas sin importar que tú las hayas borrado; crea publicidad a tu medida según tu localización, edad, género y otros datos personales; Google¹² también tiene acceso a tus contactos, tus aplicaciones y sabe con quién has interactuado en Facebook y todo lo que has visitado en YouTube. Facebook¹³ también tiene guardados todos los mensajes, archivos, contactos, audios que has enviado desde su plataforma.

¹¹ Curran, Dylan. Are you ready? Here is all the data Facebook and Google have on you. *The Guardian*, 2018, 30. Disponible en URL: http://www.i-filippini.net/IMG/pdf/article_original_en.pdf.

¹² Desde el link: [google.com/takeout](https://www.google.com/takeout) puedes ver y descargar toda la información que Google guarda sobre ti.

¹³ Desde el link: <https://www.facebook.com/help/131112897028467> puedes ver tus datos guardados por Facebook.

Google y Facebook conoce más a los usuarios, de lo que la familia más cercana y mejores amigos pueden saber de ellos, es decir, para estas empresas, prácticamente, no hay secretos. De acuerdo con el trabajo de investigación de Curran, publicado en 2018, estos dos gigantes del mundo digital tienen acceso total a la cámara web y micrófonos de sus usuarios, y son tan invasivos que no se quedan ahí: acceden igualmente al historial de llamadas, calendario, correo electrónico, contactos, juegos, fotos, video y audios. Lo más loco de todo esto, dice Curran, es que cualquiera que tenga acceso a tu cuenta de Google puede saber a detalle todo lo que una persona ha hecho en los últimos 10 años de su vida.

En julio de 2019, en una reunión en casa de una amiga, mientras conversábamos, una de las asistentes alejó su teléfono de la mesa y con evidente preocupación dijo: «cada vez es más delicado usar estos teléfonos, ahora te espían, te escuchan y hasta fotografías pueden tomar sin que tú te des cuenta». La amiga que alejó su teléfono suele estar muy bien informada, pero sinceramente, en aquel momento pensé que el temor expresado era una exageración; sin embargo, en el último año se han revelado situaciones escandalosas sobre el manejo de datos guardados en la red para uso de marketing político, por decir lo menos, que hace pensar que los temores de mi amiga tienen una base muy realista.

Se sabe ya que aplicaciones como WhatsApp, Facebook, Snapchat, Instagram, Twitter, LinkedIn, entre otras, tienen la capacidad –y el permiso de los usuarios– de acceder a la cámara y micrófono de sus *smartphones*, lo cual permite a quienes manejan estas *Apps* tomar fotos y grabar a los usuarios sin que ellos se den cuenta, descargar fotos y videos tomados por el usuario, realizar accesos en vivo a su cámara a modo de *livestream* y realizar reconocimiento facial de los usuarios.¹⁴

¹⁴ Ver URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/apr/06/phone-camera-microphone-spying>.

La revelación de uso de datos personales de 50 millones de usuarios de Facebook por parte de la empresa *Cambridge Analytica* en 2014⁴⁵ –con el fin de crear perfiles políticos de los votantes en los Estados Unidos– y la operación *Optic Nerves* del gobierno estadounidense –dada a conocer por el analista de datos Edward Snowden–, se muestran como evidencia de un sistema de vigilancia de masas, «el más grande que el mundo haya visto jamás», a través de las cámaras de los propios usuarios de Internet y en complicidad con las principales redes sociales (Berger y McDougall, 2015).

En opinión del escritor estadounidense Guy P. Harrison (2017) se está viviendo una era sin precedentes en la historia de la humanidad respecto a la generación de datos e información directamente relacionada con comportamientos, opiniones y creencias; sin embargo, la tecnología en sí misma no nos hace mejores personas, ni tampoco más racionales. En el mundo digital en el que nos estamos desarrollando actualmente, dice Harrison, es persistente el efecto que llama *ilusión-verdad*, la cual nace de las malas o falsas ideas que, al repetirse muchas veces, llegan a ser percibidas como verdad.

Pasar desapercibidos en la red es prácticamente imposible, además ¿quién quiere pasar desapercibido? Para la escritora Akiiko Busch (2019) queda claro que las personas desean ratificar su éxito personal, social y profesional, publicitándolo. Estamos cada vez más conectados a la red y es cada vez más difícil no existir en ella.

Pero Internet no sólo conecta personas, sino también objetos, entre sí: existen televisores inteligentes, asistentes personales –como *Alexa* de Amazon–, aspiradoras, refrigeradores y hasta juguetes conectados entre sí a través Wi-Fi. En este mundo interconectado sobresale el término *Internet of Things* (IoT), creado

⁴⁵ Ver URL: <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>.

en 1999, y aunque a algunos les parezca medianamente explicativo, es el más usado para referirse a esa naciente interconectividad: «La comunicación no ocurre exclusivamente entre cosas/aparatos, sino también entre las cosas y la gente. Por lo tanto, sería más apropiado usar los términos “Internet de Todo” o “Red de Todo” en lugar de “Internet de las Cosas”» (Hassan, 2018:4).

Big Data,¹⁶ es otro término que surge a partir del auge de Internet y de los millones de datos personales, públicos y oficiales que se alojan en la red. Pero, ¿qué tan grande debe ser una base de datos para ser considerada «grande»?¹⁷ Bien, es algo en lo que los expertos informáticos aún no se ponen de acuerdo, sin embargo, el reto que tienen frente a sí estos expertos al servicio de la ciencia, los negocios, la educación, la política, o el crimen, es sacarle el mayor provecho posible a la inmensa cantidad de datos que están alojados en diferentes espacios de la red: a qué hora tomas el café, qué tipo de películas te gustan, qué contiene tu refrigerador, son sólo algunos datos que se están acumulando a los millones ya existentes en las redes sociales.

Un mundo computarizado de cosas conectadas abre la puerta a innovaciones que faciliten nuevas interacciones entre cosas y humanos, y permita la realización de ciudades inteligentes, infraestructura, y servicios que prometen mejorar la calidad de vida (*ibidem*, 38).

Para muchas personas que aún no tienen acceso ni siquiera a agua potable y que viven en un mundo demasiado real de mi-

¹⁶ El término nace propiamente en 1984 cuando el analista de datos Doug Laney señaló las tres V de los grandes datos: volumen, variedad y velocidad (Aguilar, 2013:20).

¹⁷ Big Data es «cualquier colección de conjuntos de datos tan grande y complejo que se vuelve difícil procesar usando el procesamiento de datos tradicional» (Matturdi, Zhou, Li y Li, 2014).

seria y carencias, es complejo imaginar estas *smart cities* y a sus habitantes viviendo un estilo de vida casi de película en sus resplandecientes *smart homes*, donde las cortinas saben a qué hora abrirse y el termostato almacena información suficiente para saber a qué temperatura debe estar, incluso en cada habitación. Los retos de tipo ético serán cada vez mayores cuanto más se extiende la IoT, debido a que, no sólo en los hogares, sino también en escuelas, hospitales y oficinas gozaremos (o sufriremos) de esta interconexión que implica también, estar permanentemente vigilados.

Big Data es un tema polémico debido al uso y manejo, consentido o no, que empresas y gobierno, e incluso criminales, puedan hacer de él. De alguna u otra forma, compartimos información personal cuya clasificación como pública y privada es cada vez más confusa. Estamos en una nueva era donde saber qué subes a la red hoy, puede hacer la gran diferencia mañana:

Las personas más jóvenes revelan mucho más sobre sus vidas en la *Web* que las personas mayores, y nuestras preferencias sobre lo que queremos mantener en privado pueden cambiar según el contexto, el momento o cómo nos presionan. La privacidad tal como la conocemos está terminando, y sólo estamos comenzando a comprender las consecuencias (Enserink y Chin, 2015:491).

Con la existencia de *Big Data* se ha venido desarrollando la *Web Analytics*, cuyas herramientas deben ser cada vez más poderosas para recopilar, analizar y presentar los millones de datos que sobre un tema o interés particular –de grupos sociales, políticos o empresariales particulares–, se alojan en Internet: herramientas de análisis de sentimientos, de medida de influencia, de actividad en redes, de preferencias personales, así como herramientas para crear modelos predictivos (Aguilar, 2013).

Podemos preguntarnos: ¿y cómo obtienen los analistas toda esa información sobre las personas?, la respuesta es fácil: las

personas mismas y por voluntad, se las entregan a través de medios como Google y Facebook. Las famosas *cookies* que funcionan como migajitas digitales para rastrear tus búsquedas, son muy importantes para almacenar los intereses sociales, laborales y los más íntimos deseos o fantasías de las personas cada vez que abren una página *Web*: «Mientras más escriba una persona en el recuadro de búsquedas de Google, más refinado será el perfil que se obtendrá de esa persona» (Levine, 2018).

¿Hacia dónde llevará a los jóvenes este camino digital que se abre ante ellos como promesa y realidad, pero también como trampa y fantasía? Nadie lo sabe a ciencia cierta. En un tema tan polémico, la polarización es algo de esperarse, y en este camino de extremos vale rescatar el análisis de los profesores Christian Fuchs y David Chandler (2019), quienes colocan de un lado a los que llaman *optimistas digitales*, aquellos que ven en la tecnología digital oportunidades innovativas y transformadoras, apreciándola como promotora de mejoras sustanciales en la comunicación, el activismo social y la democracia; situando en el lado opuesto a los *pesimistas digitales*, cuya máxima preocupación es el control social y la vigilancia que ejercen estas nuevas tecnologías, promotoras del autoritarismo, deshumanización y alienación.

Los jóvenes nativos e inmigrantes del mundo digital, tal como los llamaría el conferenciante neoyorkino Marc Prensky, «piensan y procesan la información de una forma fundamentalmente diferente a sus predecesores» (2001:1). Con el inicio del nuevo milenio surgió la primera generación de muchachas y muchachos que tenían acceso a una computadora personal (la podían tener en casa o acceder a ella en un espacio público con computadoras conocido como *ciber*); los *nativos digitales* son descritos como la primera generación que ha crecido con las nuevas tecnologías de la era digital; seguro fueron algunos de ellos los que enseñaron a los *inmigrantes digitales* a utilizar mensajes de texto, correos electrónicos, utilizar un chat, o comunicarse por WhatsApp.

La inmediatez como parte de su cotidianeidad, la interconexión con otros nativos digitales y la capacidad multi-tareas son características que abren una brecha profunda con quienes recién migraron o están en proceso de inmigración digital, estos últimos «no creen que sus estudiantes puedan leer exitosamente mientras ven televisión o escuchan música, simplemente porque ellos (los inmigrantes) no pueden» (*ibidem*, 3).

En líneas anteriores, se comentó que, para comprender una adicción, debemos conocer aquello que la provoca, poniendo como ejemplo una de las drogas ilegales más comunes entre los jóvenes mexicanos y de todo el mundo: la marihuana. Drogas legales como el alcohol y el tabaco, junto con la marihuana, fueron las sustancias por las que más se solicitó apoyo en centros nacionales contra las adicciones entre 2013 y 2018, según el Informe sobre la Situación de las Drogas en México 2019.¹⁸

En 1995 la comunidad científica de Psiquiatría reconoció un nuevo desorden llamado Adicción a Internet (Nakaya, 2014). Un año más tarde, en 1996 se presentó la primera investigación sobre este fenómeno con 600 casos de usuarios extremos de la red que fueron estudiados bajo los criterios con los que se estudiaba por entonces a los adictos al juego; la evaluación tomó en cuenta sólo el uso compulsivo de Internet y no su uso para fines de academia o de trabajo. Gracias a esta y posteriores investigaciones, surgen los primeros cuestionarios validados para detectar la adicción a la red, destacando entre ellos el Internet Addiction Test (IAT), examinando «patrones de comportamiento que diferenciaran un comportamiento compulsivo de un uso normal de Internet» (Montag y Reuter, 2017:3).

Hacia 2006, se advertía la cada vez más creciente y negativa influencia de Internet en algunas personas que no podían controlar su necesidad compulsiva de estar conectados. En Estados

¹⁸ Documento disponible en URL: <https://www.gob.mx/salud/prensa/227-se-presenta-en-mexico-el-informe-mundial-de-drogas-2019?idiom=es>.

Unidos, por ejemplo, se realizaron los primeros estudios nacionales revelando que uno de cada ocho estadounidenses sufría problemas relacionados con el uso de Internet, mientras que, en Beijing, China, se abrió el primer centro de atención contra esta adicción. Con el advenimiento, por esa misma época, de Facebook y Twitter, fue cada vez más difícil diferenciar el uso adictivo de Internet de su uso funcional; se considera, sin embargo, una adicción cuando se utiliza por más de seis horas diarias para realizar actividades diferentes a las requeridas por el trabajo o la escuela (Jiang, 2019).

Lo que ha quedado claro desde el principio, tratándose de los estudios pioneros de este fenómeno, es que los niños y los jóvenes son los más vulnerables y requieren la protección y la ayuda de los adultos, más específicamente, los padres, dado que «muchas de las actividades *online* se llevan a cabo por niños solos en la privacidad de sus habitaciones, con el mínimo de supervisión parental» (*Idem*: v) y es, justo aquí, donde las buenas relaciones familiares juegan un papel fundamental para evitar que esta adicción derive en graves afectaciones físicas, mentales y sociales.

Internet presentó, desde su nacimiento, muchas ventajas para aquellos que se conectaban con propósitos positivos, relacionados con el trabajo, la escuela, las ventas, e incluso, la diversión; en contraparte, fungió como una extensión para quienes ya estaban interesados en el juego, la pornografía y la pedofilia (Johnson, 2009), por nombrar algunos de los grandes males que proliferan en la red.

A pesar de que Internet no es una sustancia, como en el caso de los psicotrópicos, se ha demostrado que provoca cambios estructurales en el cerebro (Adams, 2017); se sabe también que cualquier adicción afecta la capacidad de elegir y tomar decisiones, además de generar comportamientos socialmente inapropiados (Ross, Kincaid, Spurrett y Collins, 2010).

Desde hace cinco años se puede hablar con mayor propiedad de la adicción a Internet como un desorden médico, el cual, apenas se está aprendiendo a medir, por lo que se requiere mucho trabajo de investigación para comprender la dimensión real del problema. Una clave para detectar a un adicto de Internet, además de las más de seis horas de uso no funcional, es que sea común que se finjan enfermos, que mientan a sus seres queridos o que fallen en sus compromisos escolares o laborales, con tal de seguir conectados, jugando o realizando otras actividades en Internet (Nakaya, 2014).

Una faceta importante de la adicción a Internet es la intimidad *online*, aquella que, implicando una comunicación donde media una computadora, permite a los interlocutores enfocarse en el mensaje y no en la voz y apariencia física como sucede con la comunicación cara a cara; por tanto, en este tipo de relación llamada hyper-personal se tiende a idealizar y a hyper-intimar llevando a los individuos a situaciones extremas de actitudes narcisistas, de aislamiento social y hasta de infidelidad (Young y De Abreu, 2010).

El uso y aprovechamiento inteligente y funcional de Internet es un reto, sobre todo para los nativos digitales, «quienes tienen la posibilidad de interactuar en tiempo real con gente e información» (*ibidem*, 267). La pregunta es ¿qué tan preparados están y estamos para lo que viene en materia tecnológica? A esta pregunta sigue otra, aún más cruda, formulada por expertos en el tema: ¿Internet nos vuelve estúpidos?, cuya respuesta a medias suena más como advertencia del «avance tumultuoso de la tecnología (que) pone en riesgo aquellos refinados pensamientos, emociones y percepciones que nacen únicamente a partir de la contemplación y la reflexión» (Carr, 2011:262). Esta respuesta nos motiva a restablecer la capacidad de vernos a los ojos y de revalorar la particularidad humana de la razón, de ser más seres humanos y menos sujetos digitales.

Conocer la verdad es un arma en la lucha por la existencia, tanto frente a la naturaleza extrahumana, como en la concurrencia de los hombres entre sí.

GEORG SIMMEL

Verdades y mentiras, herramientas de sobrevivencia. El *e-mundo* está compuesto por imágenes, sonidos y palabras y estas últimas conforman un lenguaje que –aunque a veces confuso– pretende expresar realidades. Las realidades son consideradas verdaderas, y son, en un sentido lo más práctico posible, lo contrario de las falsedades. Cuando se vive inmerso en un mundo digital es fundamental aprender a distinguir lo real de lo falso viendo los hechos con los ojos de la razón, porque la simple vista no es suficiente. Hemos señalado ya los riesgos de permitir que nuestra mente se haga perezosa y evite ir más allá, para alcanzar la verdad sobre un fenómeno específico a través de diversos niveles de análisis.

Si optamos por navegar en un mundo heurístico, es probable que nos quedemos sin brújula y a la deriva, sin conciencia plena de la realidad, viviendo algo más o algo menos que una mentira. Es fundamental, entonces, comprender que, dicho en los términos de Aristóteles, «lo falso y lo verdadero no están en las cosas... sino en pensar en las cosas» (Long, 2010:23), lo que significa que la reflexión es la única vía para llegar a la verdad, la cual debe pasar por las cosas mismas, transitando hacia el intelecto de aquella persona deseosa de discernir lo falso de lo verdadero.

Para John Searle (2015) las experiencias visuales son como meras presentaciones y no como representaciones de algo verdadero. Son las representaciones las que proponen que algo sea verdadero o falso, nos dice el filósofo estadounidense, para quien la palabra es la pieza clave para establecer ciertas percepciones como reales o falsas. Y si las palabras son lenguaje, es el lenguaje el que debe ser sometido a un riguroso análisis para representar correctamente la verdad o la falsedad sobre un hecho.

Si el lenguaje no se asemeja de inmediato a las cosas que nombra, no está por ello separado del mundo; continúa siendo, en una u otra forma, el lugar de las revelaciones y sigue siendo parte del espacio en el que la verdad se manifiesta y se enuncia a la vez. Es verdad que no es la naturaleza en su visibilidad original, pero tampoco es un instrumento misterioso cuyos poderes sólo sean conocidos por algunos privilegiados (Foucault, 1968:44).

Es justo ahí donde se encuentran las palabras, donde debe aguzarse el sentido de la razón para atrapar las verdades o las mentiras que se encierran en ellas. Porque, incluso, en palabras que insinúan verdad, una vez sometidas a la razón, se puede ir descubriendo la mentira.

«Mentir es proporcionar, siendo consciente de ello, información falsa u omitir información verdadera» (Glass, 2014:16). Hay personas (en la familia, empresas, gobierno, medios de comunicación, y otras instituciones) que comparten mensajes falsos, los cuales en la comunicación *persona a persona* o a través de Internet, pueden percibirse a partir de ciertas expresiones, tono de voz o miradas, o por la forma como escriben (*Idem*).

Desde la perspectiva psicológica, la mentira funciona, al igual que la verdad, como herramienta para lograr la sobrevivencia social: los hijos mienten a sus padres cuando quieren lograr algo que sus padres les niegan, el esposo o la esposa miente para que su pareja no se moleste por alguna situación en particular, algunos encuestados mienten en las encuestas buscando no ser muy diferentes del resto, se miente –a veces– con la idea de ser educado, o para no dañar a otros con la verdad. Se miente.

Internet es un inmenso terreno fértil para la mentira. Seth Stephens-Davidowitz y Andrés Pabon (2017) consideran que todo mundo miente en la red y el Big Data es lo que evidencia las mentiras. Netflix, por ejemplo, preguntaba a sus usuarios sobre lo que deseaban ver y las respuestas más comunes iban desde documentales hasta todo tipo de filmografía de cierta calidad, la

mayoría terminaba viendo filmes románticos, entonces la empresa ya no preguntó, sino que, basándose en lo que la gente veía, comenzó a hacer sugerencias.

Otro ejemplo expuesto por estos autores, es el de Facebook, cuando en 2006, creó los *News Feed* –actualizaciones de las actividades de amigos de los usuarios–, al menos 700 000 miembros de la red social acusaron a Zuckerberg de generar una opción siniestra, herramienta de acosadores (*stalkers*), la verdad es que los usuarios amaron, y aman, esta posibilidad de «espíar» o, dicho más suavemente, de «compartir» lo que hacen sus amigos en tiempo real.

Las personas mienten para no herir sentimientos, para aparentar y agradar más a los otros, y también para manipular. Para Simmel la mentira es dañina y complejiza esta dualidad: verdad-mentira, abordando otro aspecto clave en torno a la realidad que nos rodea: el secreto que, si bien no es una mentira, es una realidad escondida. «El secreto contribuye y a su vez es resultado del proceso de individualización que implica el advenimiento de una personalidad diferenciada. Una de las paradojas es que el reverso del secreto está constituido por la posibilidad de la revelación» (2018:54).

En la era digital han surgido dos complejos fenómenos: las *fake news* –o falsas noticias– y la *posverdad*; ambas, instrumentos de manipulación en la arena pública y política. Algunos políticos en los Estados Unidos las llaman «hechos alternativos», mientras que el sentido común nos llevaría a llamarlas simplemente falsedades.

Desde un análisis ético, las *fake news* dañan reputaciones, se hacen virales en la red malinformando, ocultando o distorsionando la realidad y aun cuando el que la lanza al mar virtual luego se retracte, la falsa noticia quedará ahí, alojada en algún punto de la vasta red. Desde el punto de vista de negocios, considerada como mercancía digital, la *noticia falsa* se fabrica y se distribuye con fines de engaño político, pero también para obtener *clicks* y ganar dinero con las vistas (Cooke, 2018).

Pero, en la era digital ¿quién quiere ciudadanos bien informados? Quizás no son los gobiernos los principales interesados en informar a sus ciudadanos, pero sí deben ser los ciudadanos los más interesados en informarse correctamente, ya que la noticia –cuando no es vista como mercancía–, tiene un elevado valor social, el cual, sólo es posible a partir de un intercambio honesto, responsable y ético entre quien presenta la noticia (emisor) y quien la consume (el receptor), dándole así el lugar que le corresponde:

Desde un punto de vista cognitivo, consideramos los procesos de la memoria implícitos en la comprensión, la representación y la rememoración de los sucesos periodísticos por parte del profesional en la búsqueda de la noticia y su expresión escrita, y por parte del lector en cuanto a los procesos de reconstrucción de los sucesos periodísticos en lo que se refiere al conocimiento y la actualización de las creencias (Van Dijk, 1990:15).

La forma como se percibe la realidad a través de los medios electrónicos está imponiendo nuevos conceptos que destacan como un *trending topic* en el área académica, el fenómeno de la *posverdad* es uno de ellos. No son pocos los autores que han iniciado sus obras sobre el tema señalando que en 2016 el *Oxford English Dictionary* declaró *post-truth* como la palabra del año (Fuller, 2019; Black y Walsh, 2019; Peters, 2018; McIntyre, 2018). Para algunos autores el tema de la posverdad tiene que ver directamente con la nueva era digital que hace más fácil diseminar la información de manera confusa, favoreciendo o afectando a tal o cual grupo político, lo que más sencillamente conocemos como propaganda política (Ball, 2017).

El fenómeno de la *post-truth* se antoja aún más complejo que las *Fake News*. Cuando se habla de la *posverdad* se habla de un acto supremo de hipocresía y desfachatez: hechos objetivos que se ofrecen de tal modo al receptor, que luego de filtrarlos por el cedazo de

sus emociones e ideología, pierden su fuerza como hechos generadores de una opinión pública seria y responsable, de esa opinión pública honesta que busca señalar corrupción, abusos e injusticias, de esa opinión pública transformadora y valiente.

Hoy más que nunca debemos defender la libertad de expresar lo que pensamos, sobre todo si ese pensamiento proviene de un proceso de reflexión, de análisis argumentativo y de un deseo genuino de construir, sobre la verdad y la crítica responsable, una sociedad donde el desarrollo personal y colectivo no sean una mera promesa de falso progreso. Estereotipos, racismo, homofobia, discriminación y corrupción son algunos de los males del mundo que se fortalecen y replican exitosamente a partir de la mentira, las *fake news* y la *posverdad*, que no son más que elementos de manipulación, de perpetuación de la ignorancia y herramientas constructoras de sistemas sociales desiguales, injustos y violentos. He aquí el dilema de los jóvenes, de ser más humanos que seres digitales inmersos sólo en la subjetividad.

La pérdida de influencia de los hechos objetivos (...) tiene implicaciones directas para la representación pública y política de los jóvenes: fomenta el uso de estereotipos juveniles persistentes que van desde “con derecho” y “perezoso” a “salvaje” e incluso “peligroso”. Estos estereotipos no son nuevos, pero su uso y sus efectos deben verse en el contexto de las apelaciones a las emociones y a las emociones personales, creencia sobre la evidencia que se ha intensificado en los últimos años (Black, 2019:3).

Nuestra juventud cósmica en red enfrenta retos que tienen que ver con la precarización del trabajo, la incertidumbre y la injusticia social, la construcción de sus ideas, pensamientos, juicios sobre la realidad o la falsedad de las cosas en la era de la posverdad.

Concentrarnos en ser felices y tener una buena calidad de vida, implica no confundir el placer con la felicidad y luchar, individual y socialmente, por eliminar todo aquello que nos

molesta, que nos genera temor y que consideramos injusto. La verdad, que abraza en su sentir más profundo la honestidad, es la herramienta más poderosa para construir un sistema social donde cada persona tenga un papel digno y dignificante en este inmenso escenario cósmico.







CAPÍTULO II

ALTRUISMO Y EGOÍSMO, DEL «ALTER» AL «EGO»: ¿DOS CARAS DE UNA MISMA MONEDA?

*En tiempos donde nadie escucha a nadie,
en tiempos donde todos contra todos,
en tiempos egoístas y mezquinos,
en tiempos donde siempre estamos solos,
habrá que declararse incompetente
en todas las materias de mercado,
habrá que declararse un inocente
o habrá que ser abyecto y desalmado
(...) Habrá que declararse un inocente
o habrá que ser abyecto y desalmado.*

FITO PÁEZ, AL LADO DEL CAMINO

Ayudar y pensar en los otros, ¿un deseo natural, un derecho o una obligación? De pequeños, a muchos de nosotros nos enseñaron a compartir nuestros juguetes, aun a riesgo de que alguien más los rompiera o los dañara; nos enseñaron, también, que se debía ceder el lugar a otra persona que fuera más vulnerable que nosotros; y que era de gente «buena» quitarse el pan de la boca para dárselo al prójimo, aun cuando no hubiésemos saciado nuestra propia hambre. En fin, pensar en los demás antes que, en nosotros mismos, es parte de una cultura heredada de nuestros padres, y la cual, ellos mismos heredaron de nuestros abuelos: «¡no hay que ser egoístas!», decían.

Cuando niños, y generalmente, de mala gana, terminábamos prestando nuestros juguetes (si es que los teníamos), resignándonos a ver cómo los rompían o maltrataban minutos después.

En la mayoría de las familias, al menos de las familias mexicanas y sinaloenses, *pensar en los otros*, ha estado siempre presente en el discurso, en mayor o menor medida. Una enseñanza que suele ser conflictiva y contradictoria al momento de pensar en nuestros propios intereses y defenderlos, incluso por encima de los intereses o deseos de los demás.

Alter es una voz de origen latino que significa «otro», de donde deriva, a su vez, el vocablo italiano *altro*, mismo que nos lleva al francés *autre*, de donde surge el vocablo *altruismo*. Pero, vayamos por partes si es que deseamos, realmente, comprender cómo surge esta idea del *otro* a partir del sufijo *-ismo*, el cual, de acuerdo con la Real Academia Española crea sustantivos que significan doctrinas, sistemas, escuelas o movimientos, tales como el *capitalismo* (doctrina que gira en torno al capital), *materialismo* (el cual se enfoca a lo material), *impresionismo* (relativo a un arte que buscaba impresionar visualmente), *puritanismo* (movimiento religioso centrado en la purificación de la Iglesia), o el *cristianismo* (sistema religioso basado en las enseñanzas de Cristo).

En torno a destacados personajes de la Revolución Mexicana, como Villa y Zapata, se crearon movimientos denominados *villismo* y *zapatismo*, y así, podemos crear una inmensa lista de *-ismos*: budismo, comunismo, islamismo, satanismo, civismo, sexismo, racismo, alcoholismo, autoritarismo, egoísmo y, desde luego, altruismo.

Hagamos, antes de continuar con el fenómeno altruístico, una parada obligada en el concepto *egoísmo*, que es la otra cara de la misma moneda cuando se habla de *altruismo*, derivado de la voz latina *ego*, que significa «yo», el cual, al verse acompañado del sufijo *-ismo*, crea todo un sistema de valores y filosofía de vida donde *primero soy yo, y luego los demás*, aunque en casos extremos aplica el *primero soy yo, luego yo, y después también soy yo*.

¿Pero qué tan «bueno» o «inteligente» es pensar en uno mismo y luego en los demás? Cuando el filósofo español José Antonio Marina (2010) habla de la inteligencia fracasada, a lo que se

refiere, realmente, es a la estupidez humana, la cual considera como una forma errónea de comprender y ajustarse a la realidad; este desajuste e incomprensión se refleja en la incapacidad para solucionar los problemas que tienen que ver con nuestros propios sentimientos y con lo sucede a nuestro alrededor.

La estupidez, para Marina Torres, implica entonces, cometer errores sistemáticamente, desaprovechando oportunidades y siendo sistemáticamente infeliz; en ocasiones, esta estupidez lleva a cometer actos violentos o generar daño en los demás o en sí mismos. Entonces, nos toca comprender que el reto en la vida es tomar –sistemáticamente– decisiones inteligentes, para evitar fracasos que decanten en los dominios de la estupidez.

El punto de partida en la reflexión filosófica de Marina Torres es la incapacidad de comprender y ajustarse a la realidad, y si se es incapaz de dar con firmeza este primer paso, debemos agregar que –por lógica– los pasos que siguen serán sólo tambaleos estúpidos en un terreno pantanoso, y lo peor: pasos en medio de la oscuridad que surge de la ignorancia. El filósofo nos provoca con su término eufemístico: «inteligencia fracasada», en lugar de estupidez y, en parte, tendrá razón si pensamos que la estupidez ha sido estúpidamente banalizada.

Siguiendo a Marina, vale destacar los cuatro puntos fundamentales a partir de los cuales nuestra inteligencia puede triunfar en el mundo de las decisiones, o fracasar, tomando decisiones realmente estúpidas. Para no fracasar en la inteligencia, el primer triunfo debe darse en la parte *cognitiva*, es decir, en el reto de valorar información como falsa o verdadera –se aclara que equivocarse y cometer errores en este paso, no siempre significa un fracaso, si se aprecia como la oportunidad de aprender–, pero, persistir en los *prejuicios*, la *superstición* y las «*verdades*» innegables, nos puede llevar a fracasar en nuestra tarea de tomar las mejores decisiones.

De acuerdo con la teoría y práctica de la estupidez de José Antonio Marina, otros triunfos que debemos perseguir, para no

ver nuestra inteligencia fracasada, están en el plano *afectivo*, en el plano del *lenguaje* y, finalmente, en el plano de la *voluntad*. Este último –el de la voluntad– es decisivo para el fracaso o el triunfo de la inteligencia, si consideramos que la inteligencia se mide en función de las decisiones que tomamos ante los pequeños y grandes retos que nos presenta la vida.

El primer encuentro con lo que pareciera ser un acto de egoísmo: el de un niño que no quiere prestar sus juguetes, puede ser apreciado a un nivel cognitivo (propio de la infancia) como un *triunfo de la inteligencia*. Para la psicóloga Laura Ellen Levine (1983), los niños pequeños que inician el proceso de auto-reconocimiento, utilizando el *yo* o el *mío*, se encuentran en una importante etapa de progreso en el establecimiento de los límites entre el yo (*ego*) y el otro (*alter*), de modo que cuando los niños se niegan a prestar sus juguetes,

intentarían definir su territorio reclamando juguetes como míos, y comentarían sobre el otro niño o sus posesiones. Estos niños también mostrarían un patrón diferente de interacción que refleja su mayor autoconocimiento y conciencia social. Inicialmente, desconfiarían de un nuevo compañero en un entorno desconocido. Sin embargo, intentarían definir sus límites reclamando juguetes (*ibidem*, 544).

De acuerdo con los estudios realizados con niños de 2 años de edad, «reclamar juguetes no era simplemente un comportamiento negativo o agresivo, sino que parecía ser una parte importante de la definición del niño de sí mismo dentro de su mundo social» (Levine, 1983: 547). Defender el *yo*, también es defender lo que nos pertenece, lo que somos y lo que nos corresponde, de acuerdo con todo un sistema de valores subjetivos y culturales.

Ahora bien, la inteligencia a la que se refiere Marina Torres (2010) y el primer éxito cognitivo que es el reconocimiento del yo (*ego*) según Levine (1983), son puntos de partida que nos

ayudan a analizar nuestro sistema de valores, los cuales pueden llevarnos por los linderos del egoísmo o del altruismo, según las decisiones que tomemos a lo largo de nuestras vidas. La inteligencia colectiva, que tiene ya más connotaciones de tipo social y político, se evidencia a partir del desarrollo pacífico y ético de las sociedades.

Aplicando la teoría de Marina en sociedades donde imperan violencia y corrupción, podríamos decir que la inteligencia colectiva ha fracasado a pesar de valiosos esfuerzos individuales, 1) porque los integrantes de dichas sociedades no han sido capaces de dimensionar la realidad en la cual están viviendo; 2) no han logrado conciliar la felicidad pública con la felicidad privada ya que, en no pocas ocasiones, existe conflicto entre lo que los hace felices y lo que la sociedad espera de ellos; 3) en el plano del lenguaje no les ha sido posible estructurar un modelo de libre expresión donde se discutan abierta, valiente y propositivamente los fenómenos que están generando daño dentro de dicha sociedad y, 4) por los rumbos de la voluntad, o no la han tenido o bien la han torcido colectivamente hacia los valores de la codicia, la pereza y los malos hábitos.

Decía Aristóteles que «las buenas acciones, producen buenos hábitos», dichas acciones en positivo dependen de los valores éticos y morales que permean en una sociedad. En la visión aristotélica, el exceso y los defectos deben evitarse para alcanzar una virtud donde los placeres no estén vetados, pero sí su falta de moderación. «Aristóteles mira de cerca la justicia, que es la suma de todas las virtudes» (Wells y Quash, 201:67).

La ética cristiana, por su parte, se refiere al egoísmo como un pecado (*ibidem*, 149). Y aunque el enfoque de este capítulo no es para nada religioso, cuando surgen discusiones en torno a los temas de egoísmo y altruismo se debe poner en relieve la «verdad» impuesta por el dogma católico secular en países como México, un dogma que se encuentra en crisis en Latinoamérica, donde el país con menos confianza en la iglesia es Chile, con apenas el

27%, le siguen Uruguay (38%), El Salvador y Argentina (52%) y México, en un quinto lugar con 57% de confianza.¹⁹

Para el caso de Sinaloa y de acuerdo con nuestra propia investigación de campo, referida en el Vol. I de la presente colección literaria (Figueroa, 2019), sólo 23.6% de las y los jóvenes consideran importante confiar en la Iglesia, sacerdotes y pastores como guías espirituales. Por lo que resulta poco práctico, de frente a la juventud sinaloense, abordar el fenómeno del egoísmo bajo un argumento explicativo de corte religioso, es decir, como pecado, ni buscar comprender el altruismo, desde una perspectiva de obligación dogmática cristiana, es decir, como deber.

La Real Academia Española, a su modo, también impone dogmas de tipo lingüístico y nos brinda definiciones cargadas de valor, *negativo* para el caso de egoísmo:²⁰ «inmoderado y excesivo amor a sí mismo, que hace atender desmedidamente al propio interés, sin cuidarse del de los demás»; y altruismo:²¹ «diligencia en procurar el bien ajeno aun a costa del propio».

Una de las filósofas más provocadoras y polémicas de los últimos cincuenta años, Ayn Rand, se refirió al egoísmo, en lo que dijo ser su significado exacto:

La preocupación por los *intereses personales*. Este concepto no incluye una calificación moral; no nos dice si la preocupación sobre lo que a uno le interesa es buena o mala, ni qué es lo que constituye los intereses reales del hombre. La respuesta a esa pregunta corresponde a la ética (Rand, 1964:5).

¹⁹ Ver datos completos en el Informe 2018 de Latinobarómetro.

²⁰ Definición de la Real Academia Española. Disponible en URL: <https://dle.rae.es/?id=EQYU7RP>.

²¹ Definición de la Real Academia Española. Disponible en URL: <https://dle.rae.es/?id=28D9npK>.

Rand fustiga el concepto de altruismo cuyos dogmas éticos considera inhumanos, una vez que sostiene que no es algo malo interesarse en los asuntos propios, mientras que es de una enorme corrupción moral obligar a una persona a renunciar a sus propios intereses para favorecer los intereses de sus prójimos.

Sin ánimo de banalizar tan profundas reflexiones, me permitiré sacar a colación un diálogo que escuché –hace ya muchos años– en una grabación que pretendía ser graciosa: dos comensales se encontraban sentados a la mesa, tenían frente a ellos dos jugosos filetes, uno mucho más pequeño que el otro, el primer comensal se apresuró a servirse el filete más grande, mientras que el otro, molesto, lo cuestionó llamándolo egoísta y mal-educado. «Tú, de haber si yo, ¿cuál filete te habrías servido?» –preguntó el que tenía el filete más grande en su plato: «El más pequeño, por supuesto» –respondió el segundo comensal–. «Pues, ahí lo tienes» –le dijo el otro–.

Luego de este «chiste» pasé varios días pensando en el tema del egoísmo, del sacrificio personal y sobre los sacrificios que te podían hacer sentir mal o bien, según el caso. Este es un tema nada nuevo que ha mantenido en vigilia intelectual a muchas generaciones antes que a nosotros. En 1910, en una publicación del maestro y filósofo Ray Madding McConnell se discutía, precisamente, el conflicto entre estos dos conceptos que a simple vista parecen enemigos irreconciliables: el egoísmo y el altruismo; entonces, la pregunta a responder, en caso de un conflicto de interés entre mis propios intereses y el de los de los otros es, en palabras de McConell: «¿qué interés debo buscar y por qué?» (1910:7).

Es una afirmación segura de que difícilmente, en la vida se pueda evadir la lucha trágica entre el egoísmo y el altruismo, y es una elección necesaria y dolorosa a favor de uno u otro. En tal momento de abnegación, uno puede consolarse, si puede, con la creencia de que a la larga o en el cielo, el caso no se demostrará como un verdadero sacrificio (*ibidem*, 9).

Millones de personas en el mundo, y durante muchos siglos, han buscado resolver el dilema entre quién es primero, si *yo* o el *otro*, apestandose a la fe y a la creencia de una recompensa en la otra vida. Pero, ni siquiera el enfoque religioso, con su visión del egoísmo como pecado, y el altruismo como una obligación dogmática, se salva de un autosacrificio apreciado como expresión de mero egoísmo racional. Jerolmack y Porpora (2004) partían de una pregunta planteada por su colega Stark en 1996: «¿Cómo puede una persona racional hacer sacrificios en nombre de una entidad supernatural jamás vista?», el mártir Ignacio de Antioquía fue tomado como ejemplo para ilustrar la Teoría de la Elección Racional en la Religión, ya que al entregar su vida en sacrificio por ser cristiano, esperaba ganar a cambio, la vida eterna en el cielo. Otra pregunta que surge a partir de este enfoque racional es:

¿Por qué, sin embargo, debería la racionalidad instrumental exigirnos, en última instancia, servir sólo a un fin egoísta? El error es pensar que, dado que nuestros fines son, después de todo, siempre nuestros, que necesariamente deben apuntar sólo a nuestros propios intereses. Este es el error del egoísmo psicológico. Sólo cuando el egoísmo psicológico se abandona definitivamente, las preocupaciones normativas resurgen como fines distintos independientemente de nuestros intereses personales (*ibidem*, 158).

Vale la pena desempolvar los ensayos de Rand para dejar claro que el egoísmo, sin extremos, y visto como amor propio y como una defensa de nuestros propios intereses, no es malo, en tanto se sostenga en el valor fundamental de la justicia. Adam Smith, quien vivió entre 1723 a 1790, escribió un libro sobre ética titulado *Teoría de los sentimientos morales*, en él destacó también la virtud como justicia, mientras que consideró la violación de la justicia como un mal que daña a las personas.

Nos han enseñado, sin embargo, que las personas egoístas no se preocupan por los demás, ya que su centro de atención es el *yo* (*ego*). Smith da giros filosóficos en torno al tema, refiriéndose a una ética basada en la justicia, donde la beneficencia (el altruismo) «es siempre un ejercicio libre, el cual no puede ser extorsionado por la fuerza» (Smith, 1903:170). En suma, a los ojos de Adam Smith, ser justos es una obligación moral y social, mientras que ser benevolentes, es una parte del libre albedrío de todo ser humano.

En la visión aristotélica en torno a la benevolencia, destacaba con mucha fuerza el sentido de la propiedad, desde donde emergen otros conceptos que tienen más que ver con el respeto a las leyes por parte del Estado y no con el sentir de los individuos: obligar el cumplimiento de contratos o el castigo al robo, por ejemplo. La generosidad es imposible –decía Aristóteles– sin la propiedad individual, quien sostenía que

el amor propio, que todos poseemos, no es un sentimiento reprehensible; es un sentimiento completamente natural, lo cual no impide que se combata con razón el egoísmo, que no es ya este mismo sentimiento, sino un exceso culpable, a la manera que se censura la avaricia.²²

Aristóteles fue siempre un enemigo de las exageraciones y los excesos, su filosofía buscó siempre el equilibrio entre las pasiones, las ideas y los sentimientos, acercándose así a la razón, la prudencia y la virtud. Partidario, se dijo, «del principio que busca siempre el término medio entre los extremos», principio que, sostenía, debe ser enseñado con preferencia a la juventud.

Lo que podemos observar, hasta aquí, es que no hay receta filosófica que nos marque una ruta a seguir en esos momentos

²² Cita obtenida del libro *Política*, de Aristóteles, versión Kindle, publicada el 23 de febrero de 2011.

dilémicos frente a los caminos del *egoísmo* (*el yo-ego*) y *altruismo* (*el altro-otro*). El *yo* y el *otro* no son rutas cerradas o excluyentes, sino abiertas e incluyentes. Amarnos a nosotros mismos y cuidar de nuestros propios intereses, así como ser benevolentes con los demás, ofreciendo nuestra ayuda y compartiendo nuestros bienes son, ambos, caminos que a lo largo de la vida se entrecruzan, mientras que el camino recto de la justicia debe ser una línea recta que cruce, de principio a fin, nuestra existencia humana. El ser humano ideal, decía Rand, es aquel guiado por la razón, independiente y de una gran autoestima.

La razón es la facultad que identifica e integra el material proporcionado por sus sentidos, así que no hueles ni tocas con tu razón –ese es el material que tu razón luego integra en conceptos– y desde luego, el hombre que nunca se permitiría actuar guiado por sus emociones, o actuar sin saber exactamente lo que está haciendo. Si se guía por la razón, esas serían las primeras dos consecuencias: siempre sabrá lo que está haciendo, y por qué.²³

Y es así como regresamos al principio de todas las cosas: *la razón*. Hablar, entonces, en los términos de Rand, de un egoísmo racional, basado en objetivos y no en caprichos o perversidades, nos obliga a pensar en un altruismo racional, impulsado no por el miedo, los dogmas impuestos o los sacrificios personales extremos, sino por la razón, que a su vez es impulsada por la lógica.

No quiere decir, bajo ninguna circunstancia, que estamos exentos de las consecuencias que toda sociedad o individuo puede sufrir, si se omite toda acción contra la violencia, la desigualdad y la corrupción, es decir, contra la injusticia. Si se quie-

²³ Cita obtenida del video «Ayn Rand entrevistada por James Day (1974) – (1/2)», disponible en URL: <https://www.youtube.com/watch?v=X1x4h-QiV58E>.

re mejorar el entorno social y la propia vida, debemos crear un sistema de convivencia basado en el reconocimiento de nuestros derechos individuales y del derecho de los otros, sin abusos ni extremos, y siempre con la mira en ser justos, esa sí es una obligación cuando se vive en sociedad.

Voluntariado, como expresión de compromiso y voluntad de ser altruista. La palabra *altruismo*, de la que tanto hemos hablado ya, fue utilizada por primera vez por el filósofo francés Auguste Comte a mediados del siglo XIX, y se creó con la mira de promover una religión para la humanidad basada en la ayuda hacia los demás (Grey, 2018).

Traducido en términos egoístas, Comte promovía la búsqueda de un bienestar colectivo, que traía como consecuencia final un beneficio individual, es decir, era de naturaleza racional instrumental. Explicado en otras palabras «Las virtudes sociales se practican simplemente porque tienden a producir resultados beneficiosos para el agente individual. El yo es siempre el centro». (McConnell, 1910:16).

Consideramos que el concepto egoísta, en su sentido racional y más puro –etimológicamente hablando–, denota el interés por el yo (por el *ego*), como premisa fundamental, misma que no entra directamente en conflicto con el altruismo racional, que buscan satisfacer el interés de los otros, obteniendo al final, un bienestar colectivo. En ambos casos, y en tanto que altruismo y egoísmo sean racionales, deberán sujetarse –invariablemente– a los términos aristotélicos de justicia, que es la suma de todas las virtudes.

Charles H. Kahn aborda el término del altruismo destacando el concepto de *altruismo referencial*, dicho como «una preocupación por los otros, pero esos otros tienen una conexión especial con uno mismo» (1981:20). En su ensayo titulado *Aristóteles y altruismo*, Kahn nos pide abrirnos sin prejuicios a ambos conceptos para hacerlos compatibles y no mutuamente excluyentes,

así desde la perspectiva aristotélica, el amor de los padres a sus hijos, la amistad y otras relaciones emotivas que promueven el altruismo, resultan de algún modo, ser *quasi*-egoístas, ya que la felicidad de nuestros seres queridos y amigos representa nuestra propia felicidad (*ibidem*, 21-22).

El abordaje del concepto *egoísmo* desde una perspectiva biológica y genética, es prácticamente inevitable, sobre todo por el auge que en las últimas décadas han tenido programas científicos surgidos en los Estados Unidos sobre el genoma humano, a cargo del National Center for Human Genome Research,²⁴ y documentos como la Declaración Universal sobre el Genoma Humano y los Derechos Humanos,²⁵ del año 1997, donde se establece, que en sentido simbólico, el genoma humano es el patrimonio de la humanidad.

Para el biólogo Clinton Richard Dawkins (2006), los genes llevan a los seres humanos, desde una perspectiva evolutiva, por el camino del egoísmo. La cooperación generosa y desinteresada es, entonces, una construcción cultural que también tiene escondida su carga egoísta. Forzado a explicar el gen egoísta con un juicio de valor, el científico nos dice que

a nivel genético, el altruismo debe ser malo y el egoísmo bueno. Esto se sigue inexorablemente de nuestras definiciones de altruismo y egoísmo. Los genes están compitiendo directamente con sus alelos²⁶ por la supervivencia (...). Cualquier gen que se

²⁴ Ver información sobre dicho proyecto en el sitio oficial National Human Genome Research Institute, disponible en URL: <https://www.genome.gov/breve-historia-del-proyecto-del-genoma-humano>.

²⁵ Ver documento completo disponible en URL: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13177&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

²⁶ Alelo, según la RAE, es «cada una de las formas alternativas de un gen que ocupan el mismo lugar en los cromosomas homólogos y cuya expresión determina las características del mismo rasgo de organización, como el color de los ojos».

comporte de tal manera que aumente sus propias posibilidades de supervivencia en el acervo genético a expensas de sus alelos, por definición, tautológicamente, tenderá a sobrevivir. El gen es la unidad básica del egoísmo (Dawkins, 2006: 36).

La teoría evolutiva explica el altruismo y el sacrificio personal para beneficio de nuestros seres queridos, básicamente, nuestra familia, como una manera de propagar y preservar nuestros genes, que son mecanismos biológicos para replicar nuestra herencia genética, es decir, para garantizar la sobrevivencia de nuestros genes, más allá de nuestra propia muerte.

Desde luego que hay casos en la historia de la humanidad, en los cuales asoma un altruismo heroico, casi digno de ángeles o personas más allá de los estándares humanos, son los que Flescher llama «pequeña minoría virtuosa», mencionando como ejemplos a Gandhi, Martin Luther King Jr. y la Madre Teresa de Calcuta.

Debido a la profundidad de su sacrificio y su inusual devoción a la humanidad. A lo largo de sus vidas, estas tres figuras se distinguieron al desafiar la sabiduría convencional (...). Se pusieron en peligro para que otros no se vieran perjudicados (Flescher, 2007:6).

Millennials, ¿una generación altruista o egoísta racional?

Todo este recorrido histórico conceptual sobre el *yin* y el *yan* de la moral occidental: *egoísmo-altruismo*, resulta vital para comprender los choques generacionales en torno a los *millennials*, esta generación nacida con el milenio y juzgada como egoísta.

La generación X (actualmente entre los 37 y 58 años de edad) y la generación llamada *Baby Boomers* (personas entre los 59 y 78 años) han sido muy duras en sus críticas hacia las y los jóvenes

que integran la generación Y, cuyas edades rondan ya entre los 19 y 36 años de edad.²⁷

Lo cierto es que ninguna otra generación en la historia de este planeta se había enfrentado a un mundo tan tecnológica, cultural y socialmente diferente del que debieron enfrentar los jóvenes de generaciones anteriores. Después de la Primera Guerra Mundial y el surgimiento del cinematógrafo y la radio, entre finales del siglo XIX y principios del siglo XX; hasta el surgimiento de la televisión en la década de 1920; el advenimiento de la Segunda Guerra Mundial entre las décadas de 1930 a 1945, la llegada del hombre a la Luna en 1969 y para el caso mexicano, la masacre de Tlatelolco el 2 de octubre de 1968, las juventudes del mundo se enfrentaron a importantes cambios de tipo social y económico, sobre todo.

Hacia finales de la década de 1980 y principios de 1990, los cambios de peso que moldearon a la generación X, fueron la caída del muro de Berlín y el nacimiento de Internet, a este último suceso tecnológico siguió el uso de los *walkmans*, los teléfonos celulares y el surgimiento –también histórico– de MTV en 1981. Luego vendría un tema de gran impacto político internacional con la caída de las Torres Gemelas en 2001.

Las y los jóvenes *millennials* han atestiguado también –como las generaciones de sus padres y abuelos– crisis económicas internacionales (en 2008), hechos traumáticos de violencia como la guerra contra el narcotráfico en México (de 2006 a 2012), y sucesos dignos de las sociedades más bárbaras como el caso de los 43 desaparecidos de Ayotzinapa en 2014.

La explosión tecnológica en sus vidas no tiene precedentes en relación a ninguna otra generación: redes sociales (Facebook,

²⁷ Ver Tabla I. Teoría de las generaciones de Strauss-Howe (analizada desde el contexto mundial y mexicano) en la parte de anexos del libro *Juventud Cósmica en Construcción*. Vol. 1, primera entrega de la presente colección literaria compuesta por tres volúmenes.

Twitter, Instagram, WhatsApp), tecnología *touch*, inteligencia artificial que conecta sus *smartphones* con sus televisores, relojes, computadoras, en suma, viven interconectados y de una manera sustancialmente diferentes a las y los jóvenes que los antecedieron.

En los medios de comunicación se pueden encontrar abundantes notas en diversos idiomas que se han dedicado a colocar etiquetas a esta incomprendida generación: egoístas, narcisistas, flojos, generación del *yo, yo, yo*, son sólo algunas de las etiquetas que pueden verse en Internet y en muchos artículos de periódico. Pero, ¿qué tan cierto es que las y los jóvenes de esta generación son tan egoístas como los quiere hacer ver?

A pesar de que algunos estudios presentan a esta generación muy identificada con el egoísmo y el narcisismo, investigadores como Koczanski y Rosen (2019) se han preocupado por demostrar, científicamente, que nuestros jóvenes son más altruistas de lo que pensábamos, encontrando que,

en la condición de hacer un regalo, teniendo en cuenta las diferencias de un rico conjunto de variables económicas y demográficas, los *Millennials* más jóvenes dan sustancialmente más que los miembros de generaciones anteriores. Sin embargo, los *Millennials* más jóvenes son algo menos propensos que sus predecesores generacionales mayores a hacer alguna donación (2019: 14-15).

En 2013, en un artículo para la revista *Time*, los periodistas Joel Stein y Josh Sanburn expusieron una serie de argumentos en defensa de la generación nacida y crecida con el nuevo milenio: «Los *millennials* no nos necesitan. Por eso estamos tan asustados con ellos». Explican que las y los jóvenes que están ya en edad laboral se encuentran en lo que llaman «crisis de expectativas insatisfechas», y que nosotros bien podemos llamar *crisis expectativa-realidad*.

Estoy a punto de hacer lo que las personas mayores han hecho a lo largo de la historia: llamar a los más jóvenes, vagos, egoístas y superficiales. ¡Pero tengo estudios! ¡Tengo estadísticas! ¡Tengo citas de respetados académicos! A diferencia de mis padres, mis abuelos y mis bisabuelos, yo tengo pruebas.²⁸

Lo que es un hecho innegable, es que estamos ante la primera generación capaz de concentrar toda la información de la humanidad en la palma de su mano, justo ahí, en sus *smartphones*. Corresponde a ellos utilizar este poder con responsabilidad, con razón y con justicia, para la toma de decisiones cuyas consecuencias construirán su futuro y el de su sociedad.

Ahora bien, partimos de la idea de que los *millennials* no son tan egoístas ni superficiales como se los ha hecho ver a través de los medios de comunicación. Con esta idea exploraremos el concepto de voluntariado, el cual está estrechamente ligado al concepto de altruismo. Para David H. Smith (1981) existen tres dimensiones de voluntariado: 1) el individual, ejercido por una sola persona, 2) el grupal, que tiene que ver con programas de ayuda y con organizaciones, y 3) el societal, que está más ligado al concepto de nación. El voluntario tiene como características principales, que no esté políticamente obligado a ayudar y que no espere remuneración o beneficio físico alguno por sus actividades altruistas (1981:22).

La voluntad deriva de la libertad de elegir, y en este punto vale de nuevo retomar a Marina Torres (2010), quien ha señalado ya que la toma de decisiones inteligente parte de conocer la realidad, en otras palabras: de informarnos correcta y responsablemente. Evaluar, como señala la UNESCO en su programa de

²⁸ Stein, J. y Sanburn, J. (2013). *Why millennials will save us all*. *Time*. Disponible en URL: <http://time.com/247/millennials-the-me-me-me-generation>.

Alfabetización Mediática e Informativa (la cual mencionamos anteriormente) para valorar críticamente los contenidos y decidir de la mejor manera posible.

Porque en el mundo digital, con millones y millones de bits de información, está más claro que nunca que *estar bien informado, nos da el poder de opinar y decidir*.

Una vez que la voluntad nos lleva por uno u otro camino, vale poner en relieve la reflexión de Andrew Matthew Flescher y Daniel L. Worthen (2007), aplicable a una decisión –pequeña o grande– que cambió, en menor o mayor medida, nuestra realidad o la de alguien más:

Hiciste lo que querías hacer. Y no sólo en este caso particular, porque siempre es así que las acciones voluntarias son las que elegimos, y que, por lo tanto, son reflejo de nuestros deseos (teniendo en cuenta nuevamente las limitaciones de realidad y el hecho de que en cualquier situación sólo ciertos cursos de acción son actualmente disponibles). Lo que sea que hayamos hecho voluntariamente, es lo que queríamos hacer. De lo contrario, habríamos hecho otra cosa (*ibidem*, 68).

Presentamos a continuación los resultados de una encuesta (escala tipo Likert) que denominamos *Juventud Sinaloense 2019*, la cual fue aplicada a 1000 jóvenes, distribuidos en zonas rurales y urbanas de los cinco municipios más poblados de Sinaloa (Mazatlán, Culiacán, Navolato, Guasave y Ahome). En el capítulo IV daremos detalles más amplios de la metodología aplicada, por lo pronto, analizaremos las frecuencias de respuesta a frases encaminadas a comprender la tendencia pro-social y altruista de las y los jóvenes participantes, y su disposición a actividades de voluntariado de frente a sus comunidades.

En México, algunos autores identifican un voluntariado juvenil como informal y formal, y dentro de esta última cuentan, también, a las y los jóvenes pertenecientes a comunidades po-

líticas o religiosas que cuenten con algún tipo de membresía. Se menciona, como parte de estas expresiones altruistas, los «gestos caritativos» de personas de clases altas hacia las clases más vulnerables y se reconoce la importancia del voluntariado juvenil ante las carencias que imperan en nuestro país (Espinosa, Mayoral y Laca, 2013):

Las instituciones que formalmente se encargan de ayudar a los demás son insuficientes para la población que compone el país. La creencia en las instituciones políticas y clericales es más débil que nunca, por lo que hay que reforzar a la sociedad civil mediante el apoyo mutuo y concertado (*ibidem*, 93).

Explorando la participación comunitaria. En términos de comunidad, el 42% de las y los jóvenes sinaloenses señaló que tiene comunicación con los vecinos que conforman su vecindario. Un tercio prácticamente no se comunica con sus vecinos y un 27.2% se mantuvo neutral respecto al tema. Un 36.2% ha realizado trabajo voluntario en el último año para beneficiar a su vecindario, mientras que 63.8% reconoció no haber aportado esfuerzos para el mejoramiento de su comunidad.

Resulta esperanzador, por otra parte, que a pesar de la relativamente baja participación en cuestiones de voluntariado comunitario, un 76.5% de las y los jóvenes se muestren dispuestos a aportar esfuerzos voluntarios en un proyecto de su comunidad, si su ayuda fuera requerida. Y una motivación para hacerlo, sería la posibilidad de conocer gente interesante y buena (74 por ciento).

El tiempo libre, desde luego, es un recurso muy importante para las y los jóvenes, y apenas un 29.3% estaría dispuesto a sacrificarlo o lo sacrifica para llevar a cabo labores voluntarias en pro del mejoramiento de la comunidad. 28.1% simplemente prefiere no aportar este recurso y un relevante 42.6% se mantiene en el área de la indecisión.

Los niveles de compromiso ciudadano de las y los jóvenes son elevados ya que un 59.4% afirma sentir «la obligación de contribuir a la comunidad y a la sociedad», mientras que un 9.7% responde de forma negativa y a un 30.9% le es indiferente tal sentimiento.

La cotidianidad de las y los jóvenes parece ser desgastante ya que el 34.1% está de acuerdo en que la escuela y/o trabajo cansan demasiado como para querer ser voluntario en algún organismo social, mientras que el 29.6% opina lo contrario y un 36.3% prefiere no opinar.

Al ver los porcentajes en términos de acciones altruistas, es sorprendente como las y los jóvenes son conscientes de su poder de transformación de su realidad comunitaria, ya que la mayoría, un 86.9%, reconoce que el trabajo voluntario puede ayudar a cambiar su comunidad. Y aun cuando hay adultos que tienen la idea de que a las y los jóvenes no les importa nada, un 84.3% desmiente esta etiqueta afirmando que es hermoso ayudar con trabajo voluntario a otras personas para estar mejor.

Explorando más en términos de cohesión social y comunitaria, es novedoso contemplar un 46.4% en positivo, por parte de las y los jóvenes, al saber la mayoría de los nombres de las personas en sus cuadras. «La juventud es irresponsable», una oración común dicha entre adultos, que se desmiente al momento en el que las y los jóvenes deciden expresar sus valores, ya que un 67.5% está de acuerdo en ser responsables de ofrecer su ayuda a los que la necesitan. Por otra parte, las y los jóvenes reconocen no participar o involucrarse en organizaciones vecinales para resolver los problemas del vecindario, apenas un 18.2% lo hace.

La empatía de las y los jóvenes hacia las personas en estado de vulnerabilidad se midió con la frase: Me enoja mucho que no se respeten los espacios para personas con discapacidad. Un 80.8% respondió en afirmativa, sin embargo, es preocupante que casi un 20% de estos jóvenes no muestran antipatía para el caso de personas con discapacidad. «El que no vive para servir, no sirve

para vivir» como frase inspiradora, que ha impactado tan sólo al 49.9% de las y los jóvenes de Sinaloa.

Respecto al altruismo como un deber, más que como un deseo, un 56.4% de las y los participantes consideran que es su responsabilidad ayudar a las personas en estado de vulnerabilidad. Por último, luego de explorar el altruismo como deber, como derecho y como un deseo, llegamos a la pregunta que encierra el sentido práctico de las y los jóvenes, en virtud de su participación real en actividades de voluntariado, y encontramos que un 42% afirma haber aportado o estar aportando esfuerzos al servicio de su comunidad.







CAPÍTULO III

IN-SEGURIDAD,

DONDE HACER LO CORRECTO ES HEROICO

A la edad en que la juventud inflama el corazón, con imperial altivez, bajó más de una vez los ojos a sus botas agujereadas y conoció la injusta vergüenza, el punzante pudor de la miseria. Prueba admirable y terrible, de la que los débiles salen infames, de la que los fuertes salen sublimes. La vida, el sufrimiento, la soledad, el abandono, la pobreza, son campos de batalla que tienen sus propios héroes; héroes oscuros, a veces más grandes que los héroes ilustres.

VICTOR HUGO, LOS MISERABLES

Sinaloa, tierra de nadie, tierra de todos. El 17 de octubre de 2019, el llamado *jueves negro en Culiacán*, poco después de la hora de la comida, la interconexión digital se manifestó de manera intensa para intercambiar las primeras imágenes, videos y audios a través de las redes sociales, principalmente Facebook y WhatsApp. Un enfrentamiento entre militares –que recién habían capturado a Ovidio Guzmán–, e integrantes del cártel de Sinaloa que exigían la liberación de su líder, sometió a Culiacán a una de sus más duras pruebas de resistencia y actitud solidaria, superada con creces. Horas después de la aprehensión del hijo de el Chapo Guzmán, lo liberaron.

Además de la información que fluyó de manera informal, plagada de *fake-news* y posverdades, se difundieron videos, prácticamente en tiempo real, del fuego cruzado en diversos puntos de una ciudad que se convirtió en zona de guerra. Esta información

contribuyó a generar miedo, paralizar y descontrolar a la población. Se supo de quienes se resguardaron en casas de personas desconocidas, las cuales les brindaron protección y comida, de oficinas del centro de la ciudad que se transformaron en albergues temporales ante los hechos violentos. Incluso, en uno de los videos difundidos por WhatsApp se aprecia a la gente huyendo de las balas y se ve un joven que, en un acto que podríamos considerar heroico, da vuelta atrás y regresa para ayudar a una madre a cargar a su hijo, y emprender de nuevo la carrera por la vida.

La era digital es propicia para hacer correr como un reguero de pólvora la información de forma confusa y sin ningún tipo de filtro, las personas se enfocan más a la información anónima que a aquella emanada, de manera mucho más lenta, de los propios medios de comunicación y generalmente da por sentado lo que ve, escucha y lee (en frases muy cortas) en las redes sociales.

El fenómeno de la *post-truth* se antoja aún más complejo que las *Fake News*. Cuando se habla de la *posverdad* se habla de un acto supremo de hipocresía y desfachatez: hechos objetivos que se ofrecen de tal modo al receptor, que luego de filtrarlos por el cedazo de sus emociones e ideología, pierden su fuerza como hechos generadores de una opinión pública seria y responsable, de esa opinión pública honesta que busca señalar corrupción, abusos e injusticias, de esa opinión pública transformadora y valiente.

Nuestros jóvenes son las principales víctimas de una guerra persistente, a veces silenciosa, a veces más que teatral y escandalosa; tan sólo en 2017, se registraron 1 450²⁹ muertes de jóvenes entre los 15 y los 34 años de edad, 59.8% de estas muertes corresponde a homicidios, 35.4% a accidentes y 4.8% a suicidios. Quien quiera ver esta información como simples números, puede hacerlo, y seguro no sentirá mucho.

²⁹ Fuente: INEGI.

Si tuviéramos una lista de los nombres y las fotografías de cada joven sinaloense asesinada y asesinado en 2017, si hubiéramos estado en sus funerales, si supiéramos sus historias de vida, si hubiéramos conocido sus sonrisas o sus enojos, quizás entonces, sintiéramos pena por nosotros mismos, como sociedad. Fueron 4 muertes de jóvenes por día en 2017, 4 servicios funerarios, 4 familias sufriendo la pérdida absurda de una joven vida, 4 esperanzas que se han ido a causa de la violencia contextualizada en el fenómeno del crimen organizado en Sinaloa.

El término mafia, nacido en Sicilia y de amplio uso a nivel global, tendría su paralelismo en *narco* que en Sinaloa se ha convertido en un prefijo capaz de reconfigurar conceptos ligados al arte, la religión, los oficios, y todo aquello que requiera ser insertado en el sistema criminal que nos ocupa: narcopolítico, narcoempresario, narconovela, narcoperiodista, narcocorrido y así para cualquier elemento que forme parte del «sistema narco-social sinaloense».

Una de las formas más inteligentes de luchar contra este monstruo es hacer converger en un plano de entendimiento social y comunitario, un altruismo racional que no se encuentre en contraposición de un egoísmo igualmente pensado en términos de la razón: pensar en el yo (*ego*) y privilegiar intereses personales justos y honestos para alcanzar la felicidad privada –respetando siempre el derecho de los demás– y pensar en el otro (*alter*) ayudándolo a cumplir sus metas personales, para que al unirse ambos intereses, obtengamos un interés colectivo llamado felicidad pública, es un escenario realista que tiene sólidos fundamentos desde la filosofía, la psicología, la genética, e incluso, la religión.

Violencia y muerte como expresiones del crimen organizado.

Lenclud, Claverie y Jamin (1984) se cuestionan si es posible una etnografía de la violencia y afirman que las respuestas serán diferentes ya sea que consideremos la violencia como herramienta

social o como una desviación de la sociedad. La idea es reforzada en lo individual por Elisabeth Claverie, quien señala que «la violencia se convierte en un objeto con descripciones muy diferentes según se conciba como integrada a la lógica del orden político a que ella misma contribuirá a reproducir (...), o como el producto “anómico” de la aculturación y la desaparición de las formas tradicionales de regulación» (*ibidem*, 15).

Violencia y poder han dado forma a las estructuras sociales de todos los tiempos, ya que, como bien señala Clastres, «la sociedad primitiva sabe, por naturaleza, que la violencia es la esencia del poder. En este saber se arraiga la preocupación de mantener constantemente separado uno de otro, el poder y la institución, el mando y el jefe» (1978:139). En su análisis el autor hizo notar las similitudes teóricas entre Nietzsche y Weber sobre la relación Estado-violencia, partiendo de la visión del poder como *verbo* y la violencia como *sustantivo*, por lo que los presenta como conceptos inseparables.

Para Weber (1919) la política representaba la influencia o direccionamiento del Estado, visto éste como una asociación política que detenta el uso de la violencia física como su medio específico de poder, aun cuando no sea su único medio para alcanzar fines; por tanto, en el pensamiento weberiano se concibe la política en su sentido más claro como la aspiración de participar en el ejercicio o la distribución de este poder, lo que nos lleva a aceptar que quien se dedica a la política como profesión aspira al poder como medio para sus fines, sean éstos idealistas o egoístas.

El político puede entonces vivir para la política o vivir de la política, aunque para Weber combinar ambos fines era lo mejor, de modo que el político tuviera su fuente de ingresos económicos en la política y además viviera la política como una auténtica e íntima vocación de servir (*Idem*).

Ante el fenómeno de la violencia, donde las y los jóvenes sinaloenses son las víctimas vulnerables, asoman conflictos de entendimiento, como el concepto de monopolio de la violencia

física, que en términos weberianos, debe pertenecer al Estado, pero que en un sentido real, hemos apreciado –como sucedió el histórico jueves negro en Culiacán– que la violencia se está disputando contra organizaciones criminales armadas que, en apariencia, compiten con el Estado por detentar el uso de la violencia física.

El concepto del altruismo que se adjudica a personas del crimen organizado, quienes ofrecen donativos a los enfermos y servicios públicos a poblados abandonados por el Estado, no debe, bajo ningún argumento, ser visto como un acto de bondad hacia los receptores, generalmente personas humildes y en profundo estado de vulnerabilidad. Si estos criminales actúan con un egoísmo irracional, movidos por la ambición, portadores de injusticia y provocadores de violencia, no podrían ejercer jamás un altruismo racional, porque se contrapone a un sano privilegio el interés del otro (*alter*), a quien en un sentido comunitario y social le genera, con sus actos, mayor desesperanza, pobreza y desigualdad.

¿Quiénes son nuestros héroes? Mirar al pasado resulta siempre útil para comprender el presente. Hacia finales del siglo XIX, existe evidencia de la participación de las propias autoridades y empresarios de estados mineros del norte del país, entre ellos Sinaloa, en actividades de contrabando, el botín eran lingotes de oro y plata cuyo registro oficial en la Ciudad de México evadían ventajosamente. Dichas autoridades regionales enviaban los lingotes al extranjero sin que se hiciera constar su salida en las actas de los puertos de Mazatlán en Sinaloa o de Guaymas en Sonora. De este modo, mientras que un reducido grupo de gobernantes y empresarios se hacían ricos, los mineros y campesinos de las zonas serranas seguían siendo pobres, mantenían sus casas de adobe y sufrían algunas enfermedades como aquella del bocio o «cuello hinchado», que fue llamada «buche» por los españoles (Hamilton, 1882).

En El Rosario surgió a principios del siglo XIX, uno de los héroes más celebrados en la historia sinaloense, el periodista Pablo de Villavicencio, conocido por su pseudónimo, El Payo del Rosario, quien por expresar sus ideas políticas fue desterrado y enviado a prisión (Gaxiola, 1891). En este caso se trató de un intelectual a diferencia de otros personajes que aquí se verán.

Heraclio Bernal fue uno de los primeros bandidos sociales reconocidos en la historia sinaloense, inspirador de corridos y de la admiración popular. Su figura encaja a cabalidad en la definición de Hobsbawm (1981:17) del social *banditry* como «aquéllos que no son vistos como simples criminales por la opinión pública» y que de alguna forma expresan una suerte de rebelión de las sociedades rurales. La contraposición entre un Estado que considera a estos bandidos como criminales por actuar fuera de la ley y de un pueblo que ve en ellos a una especie de héroes y vengadores, representa el sentir del pueblo contra el Estado mismo.

De la construcción de las leyendas de los bandidos sociales a la de los santos del pueblo, hay distancias muy cortas y es difícil notar los límites entre una y otra figuras; la figura de Jesús Malverde cruzó esa línea de manera imperceptible y misteriosa, lo que obliga a varias interpretaciones, sobre todo de tipo simbólico.

En Sinaloa surgió la tentación de un buen segmento de la población rural de que existiera un bandido social que luego de su muerte pudiera hacer milagros y brindar protección a quienes como él surgieron de espacios sociales marginados y que eventualmente decidieron delinquir para obtener posibilidades de movilidad social. Jesús Malverde nace –a decir de Price (2005)– en Culiacán en el año de 1870, como si fuera un relevo generacional de aquel Heraclio Bernal que no alcanzó la santidad a pesar de ser muy querido entre su gente; el delito de Malverde fue también el robo de metales preciosos «propiedad» de ricos hacendados.

Es muy difícil definir a un héroe, pero es fácil descartar a un bandido cuyos actos de violencia y motivado por la ambición, lo han hecho poseer una inteligencia fracasada, aunque parezca que ha triunfado desde una perspectiva meramente banal y materialista.

Esencialmente, la palabra héroe designa a un protector o defensor, y suele ser aquella persona que mantiene elevados estándares de conducta, que enfatiza principios que tienen que ver con el valor y la justicia, y que lleva a cabo un comportamiento altruista excepcional, inusual y de gran riesgo (Allison, Goethals y Kramer, 2017). El riesgo y la valentía al servicio del bien social son ingredientes implícitos en lo que respecta al heroísmo. «Es la aceptación del riesgo a la vida de uno que exige valor o coraje y, por lo tanto, transforma comportamiento prosocial en heroísmo» (Becker y Eagly, 2004:164).

Fue Hamilton (1964) quien apuntaló la idea de un comportamiento altruista motivado por una selección natural genética, explorando también el ideal heroico del individuo que sacrifica su vida para salvar a sus congéneres, es decir, a sus parientes, principalmente. Tratando de adaptar esta teoría a su análisis del heroísmo, sobre todo de aquel relacionado con los contextos de guerra y violencia, Smirnov, Arrow, Kennett y Orbell (2007:928) sugieren que «durante el pasado ancestral remoto de los humanos, los grupos eran más probablemente compuestos en gran medida por parientes muy cercanos», lo que explicaría el sacrificio personal en nombre de todo un grupo.

La televisión, las redes sociales y otros medios masivos de comunicación crean los estereotipos de héroes y pueden surgir o ser creados desde la política, la religión, el cine, la industria musical y deportiva. «Es interesante que los niños seleccionen bello, famoso, guapo y rico como importantes características del heroísmo (...), dado que los cuentos de hadas, los dibujos animados o las películas a menudo retratan a personas buenas y figuras heroicas como bellas, bonitas o atractivas (Allison *et al.*, 2017:

21). Estas figuras estereotipadas hacen que sea difícil identificar a nuestros héroes, en un sentido de personas normales que, dadas ciertas circunstancias, han tenido un compartamiento de valor y alto riesgo por ayudar a otros.

Tal como nos mostró Marina Torres (2010) al inicio del capítulo II de este libro, para no fracasar en la inteligencia –y caer en la estupidez– se debe valorar la información que nos llega como falsa o verdadera, a partir de un proceso de razonamiento, luego debemos darle el nombre correcto a cada cosa, para establecer una comunicación que realmente comunique un mensaje, se debe poner atención también a lo que sentimos, porque los sentimientos cuentan, y finalmente, debemos tener la voluntad de tomar la decisión más racional y justa posible.

En contextos violentos, en sociedades complejas, los que emergen triunfantes en su inteligencia, son las y los héroes que con sus acciones valientes transforman sociedades. Son aquellas mujeres y aquellos hombres que asumen su responsabilidad humana de ser racionales, los cuales, con su altruismo racional y acciones voluntarias en pro de los otros ayuden a nivelar la carga evolutiva del egoísmo irracional con el que muchas personas han impuesto una absurda ley basada en el más criminal y despreciable egoísmo.

Seguramente con este libro no responderemos muchas preguntas que quedarán, espero, flotando en el ambiente esperando obtener respuestas con nuevas investigaciones, vale quedarnos, por lo pronto, con más preguntas, cuyas respuestas debemos empezar a buscar con la luz de la razón:

¿Es lo mismo cierto para el altruismo? ¿Los héroes y los santos, por ejemplo, nacieron heroicos y santos, o se volvieron así por repetición y esfuerzo? Todo esto es una forma indirecta de preguntar: ¿son los altruistas personas comunes que encontramos en la sociedad cotidiana y, de ser así, ¿qué implica esto sobre nuestra propia capacidad para disponernos a ser altruistas a lo

largo de nuestras vidas? ¿Cuán fenomenal es el fenómeno del altruismo? (Flescher, 2007:49).

La In-Seguridad, una realidad inexorable. Para abordar el tema de percepción de inseguridad pública utilizamos siete ítems o reactivos. El primero de los cuales cuestionó su sentido de alerta al salir a la calle por la noche, encontrando que 80.8% de las y los jóvenes consideran que deben tener mucho cuidado, tan sólo 8.5% se mostró desenfadado al respecto y 10.7% prefirió no opinar. A la idea de que las calles se han vuelto más inseguras en los últimos diez años, 73% no dudó en opinar que así es, mientras que sólo el 9.7% lo negó y 17.3% prefirió mantenerse en zona neutral y no emitir ningún juicio.

La reacción de no abrir la puerta de casa al anochecer, cuando alguien llama, es la que dijo tener 43.9% de las y los encuestados. 25% dijo no sentir ese tipo de angustia y un 30.9% simplemente no expresó su opinión. Refiriéndose a la seguridad en torno a las y los niños sinaloenses, 77.4% de las personas encuestadas consideró que, en estos días, no es seguro dejar que los niños salgan a la calle sin supervisión.

Salir a la calle sin compañía, es algo que 39% de las y los participantes consideran peligroso, un 26.9% se mantuvo en la zona de confort –sin opinar– y un 34.1% expresó que este no es un temor que ellos sientan. Sobre tener o no un sistema de alarma en casa, 63.9% lo consideró una necesidad, más que un lujo.

En la primera investigación cuyos datos aparecen en el libro *Juventud Cósmica en Construcción*, Vol. I, apenas el 22.2% de las y los jóvenes expresó su confianza en los policías, una cifra que mejora y alcanza un 29.6% al referirse al respeto que se le brinda a la institución policial en la zona donde se habita. Igual es lamentable notar que un 31.7% se mantiene en silencio y el restante 38% se expresó en sentido contrario, muchos de estos respondientes, expresaron que los que mandan en alguno de los

lugares que visitamos son los miembros del crimen organizado y no la policía.

Todos héroes. Hay un sentimiento apabullante entre las y los jóvenes respecto a la posibilidad de que el destino los coloque frente a una situación que los convierta en héroes 69.3% dijo estar de acuerdo con esta posibilidad.

En un elevado sentido de altruismo extremo, 89% de las y los jóvenes que respondieron nuestra escala, no dejaron ninguna duda que serían capaces de poner en riesgo su vida por ayudar a su familia. Un 7.8% se mostró indeciso y 5.2% dijo no estar dispuesto a ese tipo de riesgo. Esta misma pregunta, pero ahora refiriéndonos a un desconocido, mereció un 32.2%, un 44.6% se fue a zona neutral, y un 23.2% negó que fuera posible poner en riesgo su vida por una persona que no conoce.

El contexto de violencia en Culiacán pone a prueba, no pocas veces, el valor de sus ciudadanos, para el caso de las y los jóvenes, vale decir que son conscientes de los riesgos que implica querer ayudar a una persona desconocida, en una ciudad como la nuestra. Sobre ayudar o no a una mujer que está siendo golpeada en público por un hombre (persona en situación de extrema vulnerabilidad), 57.4% aseguró que sí ayudaría a pesar de los riesgos (lo que en nuestro contexto resultaría realmente heroico), 20.3% se mostró neutral y un 22.3% reconoció que no lo haría, aludiendo –de forma verbal–, que en Sinaloa no se sabe con qué tipo de personas te puedes topar, haciendo alusión a gente relacionada con el narcotráfico.







CAPÍTULO IV

DISEÑO METODOLÓGICO

PARA ATRAPAR LOS ANHELOS JUVENILES

No hay mayor consuelo en la vejez que la certeza de haber invertido toda la energía de la juventud en obras que no envejecen con uno.

ARTHUR SCHOPENHAUER

UN MÉTODO, UN objetivo: comunicarse con la juventud millennial. Las y los jóvenes de esta generación son multi-tareas, podemos verlos sentados en los parques, en las plazas, en las salas de espera de los cines, dentro o fuera de sus aulas, en casa... y por lo general, solos o acompañados, conversando con sus amigos o leyendo un libro, tendrán a mano su teléfono celular y estarán haciendo lo que hacen, pero, además, revisando los contenidos de sus redes sociales o buscando alguna información en Internet.

Distraerlos de estos momentos tan propios de su naturaleza juvenil y generacional para que nos apoyen con respuestas y entrevistas, implica un primer reto. Para lograrlo, se desarrolló una escala multifactorial para medir variables subjetivas multidimensionales con un diseño particular, teniendo como marco teórico conceptual la Teoría de Valores de Schwartz,³⁰ y considerando sólo aquellos valores que resultaron de mayor interés para atender nuestras preguntas de investigación: ¿cuáles son las motivaciones y/o des-motivaciones de los jóvenes sinaloenses?

³⁰ Ver Schwartz y Bilsky (1990). Toward a Theory of the Universal Content and Structure of Values: Extensions and Cross-Cultural Replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 878-891.

ses hacia la actitud pro-social?, ¿qué motiva y/o desmotiva a los jóvenes sinaloenses a la participación ciudadana?

Se construyó una escala tipo Likert con 36 ítems y opciones de respuesta de: *muy de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y muy en desacuerdo*, explorando los valores 1) del altruismo con sentido comunitario, 2) del altruismo extremo con sentido heroico, 3) de la percepción de In-Seguridad en Sinaloa, y 4) de la esperanza de futuro en las y los jóvenes de Sinaloa.

Se llevó a cabo la validación del instrumento (escala) a partir de una primera fase de validez de contenido; un segundo momento de evaluación por jueces (cuatro académicos con grado de doctorado y un doctorante, todos en áreas afines a las ciencias sociales). En la última fase de nivel cuantitativo se procedió al pilotaje del instrumento con una micro-muestra (20 aplicaciones), con el propósito de verificar su grado de fiabilidad a través del sistema SPSS, obteniendo estadísticos de fiabilidad en Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados, la cual fue de 0.857 (Muy bueno).

Es importante aclarar que nueve de las variables incluidas en el apartado 4, fueron integradas al libro *Juventud Cósmica en Democracia. Una guía para el futuro 2020-2050*. Vol. III, con el cual se concluye la presente colección.

Como instrumentos cuantitativos para la obtención de datos, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con las y los jóvenes de los diferentes municipios, dos *focus groups* –uno en la ciudad de Los Mochis y otro en Navolato– y entrevistas individuales, las cuales fueron videograbadas con el ánimo de realizar un video documental que mantenga el mismo espíritu de dar voz a los jóvenes, de visibilizarlos y a partir de una sana y positiva comunicación, comprenderlos. Se obtuvo, además, a través de los procesos informales de comunicación, evidencia empírica sólida sobre sus principales molestias (corrupción y narcotráfico) y más profundas preocupaciones (desempleo e inseguridad).

Se dieron casos, incluso, en los cuales los jóvenes nos dieron las gracias por escucharlos, lo cual evidencia la necesidad de brindar más oportunidades de expresión a la juventud en general, buscando establecer el obligado y urgente diálogo intergeneracional.

Población y muestra para la consulta exploratoria de datos.

Sinaloa cuenta con 2 966 321 habitantes distribuidos el 80% en zonas urbanas y 20% en zonas rurales, según dato del Banco Mundial referido en la tabla I, al final de este capítulo. De acuerdo con datos del Instituto Nacional Electoral, alrededor de 889 896 del total de sinaloenses, son *jóvenes millennials* inscritos en el padrón electoral de entre 18 y 35 años.

La población considerada para la aplicación de la consulta fueron los habitantes mayores de 18 años y hasta 35 años, residentes en el estado de Sinaloa, obteniendo un tamaño de muestra de 1 000 jóvenes, el tamaño de la muestra tiene un margen de error del 3% para un 95% de nivel de confianza. La aplicación del instrumento se llevó a cabo en diversos puntos públicos de reunión (plazas comerciales, estadios deportivos, plazuelas, mercados, escuelas y en las calles).

Los municipios elegidos por ser los de mayor tamaño poblacional, fueron Mazatlán, Culiacán, Navolato, Guasave y Ahome. Al final la muestra fue de 1 000 sujetos que accedieron a responder en un 100% la consulta, sin registrarse casos de «no-respuestas».

Aplicación del instrumento. La consulta se aplicó entre los meses de julio y agosto de 2019, se llevó a cabo bajo la modalidad directa y presencial, situación que aprovecharon algunos jóvenes para expresarse sobre diversos temas relacionados, sobre todo, con temas de inseguridad. Al final de cada aplicación se entregó al o la respondiente un folleto con los datos estadísticos obtenidos en la anterior investigación, referida en el primer volumen

de esta colección. El tiempo de respuesta promedio requerido por consulta fue de 10 a 15 minutos.

Las bromas entre los jóvenes fueron recurrentes al momento de responder la consulta, señalando en varias ocasiones que algunos compañeros eran muy buenos, porque eran narcotraficantes o hijos de narcotraficantes, incluso las bromas fluían cuando los jóvenes aludidos se encontraban presentes.

TABLA 1. Distribución de aplicación de encuesta «Juventud cósmica 2019» por municipio en proporción a la población *millennial* en zona rural y urbana

MUNICIPIO	HABS. (1)	% HABS. (2) MILLENNIAL	% ENCUESTAS APLICADAS	ZONA RURAL	URBANA	ENCUESTAS APLICADAS
Ahome	449 215	134 765	19.40%	40	150	190
Angostura	47 207	14 162				
Badiraguato	31 821	9 546				
Concordia	27 157	8 147				
Cosalá	16 292	4 888				
Culiacán	905 265	271 580	39.30%	90	300	390
Choix	33 027	9 908				
Elota	53 856	16 157				
Escuinapa	59 436	17 831				
El Fuerte	100 459	30 138				
Guasave	295 353	88 606	12.80%	20	100	120
Mazatlán	502 547	150 764	21.80%	50	160	210
Mocorito	45 351	13 605				
Rosario	53 773	16 132				
Salvador Alvarado	81 109	24 333				
San Ignacio	21 442	6 433				
Sinaloa	88 659	26 598				
Navolato	154 352	46 306	6.70%	20	70	90
Totales	2 966 321	889 896	100%			1 000

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INEGI. Encuesta Intercensal 2015 (1) y del Padrón Electoral del INE (2). La distribución proporcional por zona rural y urbana se hizo con base en estimaciones del Banco Mundial (ver URL: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.RUR.TOTL.ZS?locations=MX>).

De los mil respondientes con rango de edad entre los 18 y 35 años de edad, 52.7% correspondió al sexo femenino, y 47.3% al sexo masculino. Un 78% habita en zona urbana y el resto, 22%, habita en zona rural. Sobre los rangos de edades, el 78% se concentró en el rango de 18 a 23 años, un 15.7% de 24 a 29 años, y un 6.3% entre los 30 y 35 años de edad.

Respecto a la escolaridad de los encuestados, 0.4% dijo haber estudiado hasta nivel primaria, un 3.4% hasta nivel secundaria, un 21.8% alcanzó el nivel bachillerato, mientras que la mayor concentración se registró en el nivel licenciatura con 72.4%. Apenas un 1.9% y un 0.1% dijeron haber obtenido el grado de maestría y doctorado, respectivamente.

Tan sólo el 9% de nuestros mil respondientes dijo estar casado, mientras que 81.2% se encuentra soltera(o) y un 8.5% vive en unión libre. El porcentaje de viudos y divorciados, apenas alcanzó el 0.5% y 0.8%, respectivamente.

En la escala original se debieron recodificar los ítems identificados con los códigos P15, P20, P24, P27, P35, P30, una vez recodificados y aplicados los estadísticos de fiabilidad se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0.816, basada en los elementos tipificados (número de elementos: 36).

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	Núm. de elementos
0.799	0.816	36

Realizar un trabajo de investigación relativamente pionero en la zona geográfica de Sinaloa, abordando varias dimensiones de análisis y buscando desde la revisión teórica ampliada y la obtención de datos cualitativos y cuantitativos, a partir de una muestra bastante amplia de 1000 jóvenes, fue una tarea que fi-

nalmente se recompensó con el fruto de la confiabilidad estadística de Alfa de Cronbach de 0.816, muy cercano al 0.857 obtenido en la fase de pilotaje.

El instrumento adaptado y creado a partir de escalas diseñadas y validadas por López de Cózar *et al.* (2008), se aplica atendiendo las recomendaciones metodológicas de Abella, Lezcano y Casado (2017). Funcionó para los propósitos planteados desde el inicio de la investigación que se destaca como columna vertebral de esta obra dedicada a las y los jóvenes, y de aquellos padres y abuelos que desean acercarse más a ellos y comprenderlos mejor a partir de la información aquí compartida.



CONCLUSIONES

ALTRUISMO: SU REDIMENSIONAMIENTO en contextos violentos. La realidad está construida de hechos, de situaciones, de vivencias, de contextos materiales, de personas e interacciones, y también de emociones. La realidad de hoy no puede ajustarse a nuestros deseos, pero nuestro futuro sí, no al deseo de una persona, sí al deseo honorable y virtuoso de muchas.

Hoy, los sinaloenses, los mexicanos, los seres humanos, estamos frente a una realidad que hemos creado a través de acciones u omisiones colectivas. Observar el mundo y capturar a través de nuestros sentidos y de la razón la realidad que nos rodea, es el primer paso para tomar decisiones, el paso más importante de todos, el que debe ser más firme y seguro.

No se trata de elegir ser buenos o malos, altruistas o egoístas, se trata de hacer que triunfe nuestra inteligencia colectiva, o bien, dicho en los términos del filósofo español Marina Torres (2010) se trata de darle un triunfo cada día a nuestra inteligencia, luego de tantos fracasos individuales y colectivos que parten de no comprender y no ajustarse a la realidad. El desajuste implica incompreensión, la incompreensión refiere ceguera para solucionar problemas, tomar las mejores decisiones y transformar la realidad, una realidad que debe mantener como sostén la justicia, que, como decía Aristóteles, es la suma de todas las virtudes.

El inicio de siglo trajo consigo un mundo nuevo, un mundo dominado por bits, dando lugar a una nueva época, la época digital, y viendo nacer consigo una nueva generación: la generación *millennial*. No en vano, «a partir de 2000, las organizaciones y las sociedades comenzaron a comprender la importancia del volun-

tariado y su vínculo con el renacimiento social y económico de las sociedades» (Haddad, 2015: 145).

La juventud quiere, la juventud puede, la juventud necesita ayudar, integrarse a grupos de personas que se alejan de la estupidéz humana para ejercer con inteligencia un altruismo y un egoísmo racionales, constructivos y virtuosos, en los términos que en capítulos anteriores se han planteado.

Si como se advirtió al inicio de este libro, optamos por navegar en un mundo heurístico, donde se busca la ruta más corta para llegar a la verdad, el atajo cómodo, la «verdad» ya heredada, podemos quedar sin la brújula que nos lleve a una auténtica comprensión de lo que es real, desechando lo que es falso, entendiendo de nuevo que «lo falso y lo verdadero no están en las cosas... sino en pensar en las cosas» (Long, 2010:23), lo que significa que la verdad no está en nuestros teléfonos celulares, ni en Internet, ni en las redes sociales, la verdad está en las cosas que ahí encontramos, las cuales deben pasar por el intelecto para ser analizadas por la razón y la lógica.

La importancia de los resultados que en los dos últimos capítulos de esta obra se han presentado a partir de la investigación impulsada por el Instituto Electoral del Estado de Sinaloa, tiene que ver con una nueva comprensión del papel que juegan los jóvenes en las sociedades actuales –específicamente, la sinaloense–, de sus comportamientos e interacciones en contextos violentos con énfasis en los valores de altruismo y egoísmo, ambos desde una perspectiva racional y pensada para el beneficio colectivo e individual.

Acciones que en otros contextos pueden parecer simplemente acciones altruistas, basadas en los valores de la bondad y la interacción propositiva y comunitaria, pueden ser consideradas como extremas, o heroicas si se piensa en los contextos en los cuales se desarrollan los jóvenes sinaloenses. En contextos como el sinaloense todos los jóvenes que ejerzan su poder de la visibilidad, que enfrenten la realidad y ejerzan sobre ella la fuerza

del voluntariado y una filosofía donde el yo (*ego*) sea justamente atendido y el otro (*alter*) sea respetado, auxiliado y comprendido. Siempre buscando el punto medio que la visión aristotélica tanto pregona.

En la exploración cualitativa se asoman como símbolos de esperanza la conciencia de las y los jóvenes sinaloenses de su poder para cambiar la realidad a través de las acciones altruistas (86.8%), y en similares proporciones y en una respuesta coherente, la juventud se manifiesta por un trabajo voluntario que ayude a otras personas a estar mejor (84.3%). La etiqueta de egoístas con la que se les ha identificado por parte de las generaciones que los precedieron, se evidencia de alguna manera cuando 1 de cada 2 *millennials* da como cierta la premisa de vivir para servir. La sensación de encontrarse frente a un altruismo irracional también pone alerta a las y los jóvenes de hoy.

Las evidencias anuncian que las y los jóvenes de Sinaloa están ahí, dispuestos a ayudar altruísticamente si se los piden (76.5%). Corresponde al resto de la sociedad, en conjunto con ellos, crear los modelos de participación voluntaria que nos generen los máximos beneficios colectivos posibles, procurando la felicidad pública, dando un espacio privilegiado también a la procuración de la felicidad privada.

La realidad de violencia genera un peso que lastra a la juventud sinaloense, desestimulando su desarrollo altruístico e inhibiendo, incluso, su desarrollo egoísta racional. Pero esa misma convivencia con la violencia y los riesgos, predispone a las y los jóvenes a un altruismo extremo, donde dar la vida por ayudar a su familia (89%), o por ayudar a una(o) desconocida(o) mereció un 32.2%, lo que suena bastante heroico en los términos que aquí se han planteado.

En el dinámico mundo digital seguro son ellos, los *millennials*, los que –en muchos sentidos– nos enseñan y nos muestran los caminos a seguir, sin embargo, en el mundo de la contemplación y la lógica, son las generaciones precedentes (las de sus padres y

abuelos) las que están en condiciones de enseñar a las y los jóvenes cómo ver el mundo, no a través de un teléfono celular, sino a través de los ojos de la razón, creando en conjunto, lo que podemos llamar una *visión intergeneracional complementaria* a partir de la cual se pueden construir nuevas y mejores realidades para el yo (*ego*) y el otro (*alter*).

ANEXOS

EXPLORACIÓN DE ALTRUISMO CON SENTIDO COMUNITARIO

1. Regularmente me detengo y hablo con personas en mi vecindario.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
14.2%	27.8%	27.2%	16.7%	14.15%

2. He realizado trabajo voluntario en el último año para beneficiar a mi vecindario.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
12.6%	23.6%	23.9%	23.2%	16.7%

3. Participaría en un proyecto de servicio comunitario si me lo pidieran.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
37.5%	39%	15.4%	4.7%	3.4%

4. Trabajar como voluntario(a) en algún organismo social me permitiría conocer mucha gente interesante y buena.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
32.3%	40.1%	16.7%	6.2%	4.7%

5. Mi tiempo libre me gusta destinarlo a labores voluntarias que ayuden a mi comunidad a mejorar.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
9.3%	20%	42.6%	17.9%	10.2%

6. Siento la obligación de contribuir a la comunidad y a la sociedad.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
18.3%	41.1%	30.9%	6.2%	3.5%

7. Mi escuela y/o trabajo me cansan demasiado como para querer ser voluntario en algún organismo social.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
12.9%	21.2%	36.3%	21.5%	8.1%

8. Las y los jóvenes voluntarios podemos ayudar a mejorar nuestra comunidad.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
43.1%	43.8%	9.2%	2.3%	1.6%

9. Es hermoso saber que con tu trabajo voluntario ayudas a otras personas a estar mejor.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
45.2%	39.1%	11.2%	2.1%	2.4%

10. Sé la mayoría de los nombres de las personas en mi cuadra.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
24%	22.4%	20.4%	16.6%	16.6%

11. Siento que soy responsable de ofrecer mi ayuda a los que la necesitan.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
22.5%	45%	23.3%	5.9%	3.3%

12. Estoy involucrado en organizaciones vecinales o de mi cuadra que se ocupan de resolver los problemas del vecindario.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
5.6%	12.6%	29.6%	24.2%	28%

13. Me enoja mucho que no se respeten los espacios para personas con discapacidad.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
50.9%	29.9%	10.5%	3.2%	5.5%

14. «El que no vive para servir, no sirve para vivir» es una frase que refleja mi filosofía de vida.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
22.2%	27.7%	33%	10%	7.1%

15. Es mi responsabilidad tomar algunas medidas reales para ayudar a personas necesitadas.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
17.1%	39.3%	33.2%	7%	%

16. Trabajo o he trabajado ya como voluntario(a) al servicio de mi comunidad.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
16.5%	25.5%	24%	19.4%	14.6%

EXPLORACIÓN DE PERCEPCIÓN DE IN-SEGURIDAD EN SINALOA

1. Debo tener mucho cuidado cuando salgo a la calle por la noche.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
49%	31.8%	10.7%	4.5%	4%

2. Estos últimos diez años las calles se han vuelto menos seguras.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
40.8%	32.2%	17.3%	6.6%	3.1%

3. Después del anochecer, no abro la puerta cuando alguien llama.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
18.3%	25.6%	30.9%	17.6%	7.6%

4. En estos días no es seguro dejar que los niños salgan a la calle sin supervisión.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
51.9%	25.5%	12.6%	4%	6%

5. Raramente salgo solo(a) porque tengo miedo de ser asaltado(a).

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
15.6%	23.4%	26.9%	18.7%	15.4%

6. Actualmente, un sistema de alarma, más que un lujo, es una necesidad.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
29.1%	34.8%	26%	6%	4.1%

7. En la zona donde vivo la policía es una autoridad respetada.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
10.7%	19.6%	31.7%	18.1%	19.9%

**EXPLORACIÓN DE ALTRUISMO EXTREMO
CON UN SENTIDO HEROICO**

1. Todos los seres humanos estamos destinados a ser héroes al menos una vez en la vida.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
33.3%	36%	22.2%	4.9%	3.6%

2. Estaría dispuesto(a) a poner en riesgo mi vida por ayudar a mi familia.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En des-acuerdo	Muy en desacuerdo
64.4%	22.6%	7.8%	2.3%	2.9%

3. Estaría dispuesto(a) a poner en riesgo mi vida por ayudar a un(a) desconocido(a).

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En des-acuerdo	Muy en desacuerdo
11.2%	21%	44.6%	14%	9.2%

4. Si un hombre golpea a una mujer en público, es preferible no intervenir.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En des-acuerdo	Muy en desacuerdo
10.9%	11.4%	20.3%	20.4%	37%



REFERENCIAS

- ABELLA, V., LEZCANO, F. y CASADO, R. (2017). Evaluación de la jerarquía de los valores humanos de Schwartz en la adolescencia: diferencias de género e implicaciones educativas. *Revista Brasileira de Educação*, 22(68), 123-146.
- ADAMS, M. (ed.) (2017). *Internet Addiction. Prevalence, Risk Factors and Health Effects*. New York: Nova Publishers.
- AGUILAR, L. Y. (2013). *Big Data. Análisis de grandes volúmenes de datos en organizaciones*. México: Alfaomega Grupo Editor.
- ALLISON, S. T., GOETHALS, G. R., y KRAMER, R. M. (eds.). (2016). *Handbook of heroism and heroic leadership*. New York: Taylor & Francis.
- ARMSTRONG, W. D. y PARASCANDOLA, J. (1972). American Concern Over Marihuana in the 1930's. *Pharmacy in History*, 14 (1), 25-35.
- ASTORGA, L. (2012). *El siglo de las drogas. El narcotráfico, del porfiriato al nuevo milenio*. Random House Mondadori. México.
- BALL, J. (2017). *Post-Truth. How Bullshit Conquered the World*. UK: Biteback.
- BECKER, S. W. y EAGLY, A. H. (2004). *The heroism of women and men*. *American Psychologist*, 59(3), 163.
- BERGER, R. y MCDUGALL, J. (2015). Et tu media education? CitizenFour, the panoptic web and the new 'usersphere'. *Media Education Research Journal*, 6 (1), 5-12.
- BLACK, T. y WALSH, L. (2019). *Imagining Youth Futures. Students in Post-Truth Times*. Singapore: Springer Nature.
- BRUGGER, N. y Milligan, I. (eds.) (2019). *The Sage Handbook of Web History*. London: Sage.

- BURKE, H. (2019). *The Phone Addiction Workbook. Ho to Identify Smartphone Dependency, Stop Compulsive Behavior and Develop a Healthy Relationship with Your Devices.*
- BUSCH, A. (2019). *How to Disappear. Notes on Invisibility in a Time of Transparency.* New York: Penguin Press.
- CAMPOS, I. (2010). Degeneration and the origins of Mexico's War on Drugs, *Mexican Studies*, 26 (2), 379-408.
- CASTELLS, M. (2001). *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society.* New York: Oxford University Press.
- CHANDLER, D. y FUCHS, C. (eds.) (2019). *Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data.* London: University of Westminster Press.
- CLASTRES, P. (1978). *La Sociedad contra el Estado.* Barcelona: Índice Artes Gráficas.
- COOKE, N. (2018). *Fake News and Alternative Facts. Information Literacy in a Post-Truth Era.* Chicago: Ala Editions.
- DE CONDILLAC, E. B. (2001). *Condillac: Essay on the Origin of Human Knowledge.* Cambridge University Press.
- DESINOVA, A. (2019). Internet Memes and Society. Social, Cultural, and Political contexts.
- DAWKINS, R. (2006). *The Selfish Gene.* New York: Oxford University Press.
- ENSERINK, M. y CHIN, C. (2015). The end of privacy. *Science*, 347 (6221), 490-491.
- ESPINOSA, E., MAYORAL, E. y LACA, F. (2013) Altruismo y bienestar social en la explicación de voluntariado en estudiantes mexicanos de bachillerato y licenciatura. *Psicología Iberoamericana*, 21 (2), 86-95.
- FIGUEROA, P. (2019). *Juventud Cósmica en Construcción. Sinaloa y la obra democrática del nuevo milenio.* Culiacán: Ediciones IEES.

- FLESCHER, A. M. y WORTHEN, D. (2007). *The Altruistic Species. Scientific, Philosophical, and Religious Perspectives of Human Benevolence*. USA: Templeton Foundation Press.
- FULLER, S. (2019). *Post-Truth Knowledge as a Power Game*. UK: Wimbledon Publishing Company.
- FOUCAULT, M. (1968). *Las Palabras y las Cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. Argentina: Siglo XXI Editores.
- GACKENBACH, J. (2007). *Psychology and the Internet. Intrapersonal, Interpersonal, and Transpersonal Implications*, USA: Elsevier.
- GIDDENS, A. (2000). *Sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- GLASS, L. (2014). *The Body Language of Liars. From Little White Lies to Pathological Deception*. New Jersey: Career Press.
- HADDAD. (2015). Volunteering in the Arab World: Bringing Back People into Politics? *Democracy and Security*, 11 (2), 145-159.
- HAMILTON, I. (1882). *Border States of Mexico. Sonora, Sinaloa, Chihuahua, and Durango*, Chicago: Librarian of Congress.
- HAMILTON, W. D. (1964). The genetical evolution of social behaviour. II. *Journal of Theoretical Biology*, 7(1), 17-52.
- HARRINSON, G. P. (2017). *Think Before you Like. Social Media's Effect on the Brain and the Tools you Need to Navigate your Newsfeed*. New York: Prometheus Books.
- HASSAN, Q. F. (2018). *Internet of Things. A to Z. Technologies and Applications*. New Jersey: IEEE Press.
- HASSAN, R. y SUTHERLAND, T. (2017). *A Short History of Ideas and Innovations from Socrates to Social Media*. New York: Routledge.
- HILL, A., WATSON, J., RIVERS, D. y JOYCE, M. (2007). *Key themes in interpersonal communication: culture, identities and performance*. New York: McGraw-Hill Education.
- HOBSBAWM, E. (1981). *Bandits*. USA: Random House.
- JIANG, Q. (2019). *Internet Addiction Among Cyberkids in China: Risk Factors and Intervention Strategies*. Singapore: Springer

- JOHNSON, N. (2009). *The Multiplicities of Internet Addiction. The Misrecognition of Leisure and Learning*. USA: Ashgate.
- JEROLMACK, C. y PORPORA, D. (2004). Religion, Rationality, and Experience: A Response to the New Rational Choice Theory of Religion. *Sociological Theory*, 22 (1), 140-160.
- KAHN, C. H. (1981). *Aristotle and Altruism*. *Mind*, xc, 20-40.
- KOCZANSKI, P. y ROSEN, H. S. (2019). Are Millennials Really Particularly Selfish? Preliminary Evidence from a Cross-Sectional Sample in the Philanthropy Panel Study. *American Behavioral Scientist*, 1-18.
- LENCLUD, G., CLAVERIE, E. y JAMIN, J. (1984). Une ethnographie de la violence est-elle possible? *Études rurales*, 9-21.
- LEVINE, L. E. (1983). Mine: Self-definition in 2-year-old boys. *Developmental Psychology*, 19 (4), 544.
- LEVINE, Y. (2018). *Surveillance valley: the rise of the military-digital complex*. New York: Hachette.
- LONG, C. (2010). *Aristotle on the Nature of Truth*. New York: Cambridge University Press.
- LÓPEZ DE CÓZAR, E. et al. (2008). *Diseño y validación de una escala para la medición de la conducta prosocial-antisocial en el ámbito vital y en el tráfico*. Instituto Universitario de Tráfico y Seguridad Vial. Universidad de Valencia.
- MARINA, J. A. (2010). *La inteligencia fracasada: teoría y práctica de la estupidez*. Anagrama.
- MATTURDI, B., ZHOU, X., LI, S. y LIN, F. (2014). Big Data security and privacy: A review. *China Communications*, 11 (14), 135-145.
- MATUTE, (1999). *Heurística e historia*. México: Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM.
- MCDONNELL, R. M. (1910). *The Duty of Altruism*. New York: The MacMillan Company.
- MCINTYRE, L. (2018). *Post-Truth*. USA: Massachusetts Institute of Technology.

- MONTAG, C. y REUTER, M. (eds.) (2017). *Internet Addiction. Neuroscientific Approaches and Therapeutical Implications Including Smartphone Addiction*. Switzerland: Springer.
- NAKAYA, A. (2014). *Internet and Social Media Addiction*. San Diego, CA: Reference Point Press.
- PÉREZ MONTFORT, R. (2007). *Expresiones populares y estereotipos culturales en México. Siglos XIX y XX. Diez ensayos*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- PETERS, M. y RIDER, S. (2018). *Post-Truth, Fake News. Viral Modernity & Higher Education*. Singapore: Springer.
- POLANYI, M. (1962). *Personal knowledge. Towards a post-critical philosophy*. London: Routledge & Kegan Paul.
- PRENSKY, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9 (5), 1-6.
- PRICE, H. (ed.) (2011). *Internet Addiction*. New York: Nova Science.
- PRICE, P. (2005). Of Bandits and saints: Jesús Malverde and the Struggle for place in Sinaloa, México. *Cultural Geographies*, 12 (2), 175-197.
- ROSS, D., KINCAID, H., SPURRETT, D. y COLLINS, P. (2010). *What is Addiction?* Cambridge: MIT Press.
- SEARLE, J. R. (2015). *Seeing things as they are. A Theory of Perception*. New York: Oxford University Press.
- SIMMEL, G. (2018). *Sociología: estudios sobre las formas de socialización*. Edición Digital Titivillus.
- SMIRNOV, O., ARROW, H., KENNETT, D., y ORBELL, J. (2007). Ancestral war and the evolutionary origins of «heroism». *The Journal of Politics*, 69(4), 927-940.
- SMITH, A. (1903). *The Theory of Moral Sentiments*. London: Worshipful Company of Goldsmiths.
- SMITH, D. H. (1981). Altruism, Volunteers, and Volunteerism. *Journal of Voluntary Action Research*. 21-36.

- STEPHENS-DAVIDOWITZ, S. y PABON, A. (2017). *Everybody lies: Big data, new data, and what the internet can tell us about who we really are*. New York, NY: Harper Collins.
- TWENGE, J. M. (2017). Have smartphones destroyed a generation. *The Atlantic*, 3.
- VAN DIJK, T., 1990. *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Buenos Aires: Ediciones Paidós Ibérica.
- VELASCO GÓMEZ, A. (ed.) (2000). *El concepto de heurística en las ciencias y las humanidades*. México: Siglo XXI Editores.
- WATSON, P. (2011). *Ideas. Historia intelectual de la humanidad*. Barcelona, España: Editorial Crítica.
- WEBER, M. (1919). *Wissenschaft als beruf* (Vol. 1). Duncker & Humblot.
- WELLS, S. y QUASH, B. (2017). *Introducing Christian Ethics*. UK: John Wiley & Sons.
- YEFFETH, G. (2003). *Taking the Red Pill. Science, Philosophy, and Religion in The Matrix*. Great Britain: Summersdale.
- YOUNG, K. y DE ABREU, C. (eds.) (2010). *Internet Addiction. A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*. New Jersey: John Willey & Sons.
- ZELL, A. L. y MOELLER, L. (2018). Are you happy for me ... on Facebook? The potential importance of “likes” and comments. *Computers in Human Behavior*, 78, 26-33.

· JUVENTUD CÓSMICA EN RED ·

Altruismo y heroísmo juvenil en contextos violentos

Patricia Figueroa



Este libro se terminó de imprimir en
los talleres de Ediciones del Lirio,
ubicados en Azucenas 10,
San Juan Xalpa, Iztapalapa, México.
Tiraje de 500 ejemplares.

El **Instituto Electoral del Estado de Sinaloa**, además de establecer mecanismos que garanticen la realización de elecciones confiables y seguras, tiene como propósito difundir y promover por todos los medios, la educación cívica, la cultura política democrática y la participación ciudadana, y contribuir al desarrollo de la vida democrática del estado, esfuerzos que se articulan a través de la Estrategia Estatal de Educación Cívica y Participación Ciudadana 2018, la cual está armonizada con la Estrategia Nacional de Cultura Cívica 2017-2023 emitida por el Instituto Nacional Electoral. La presente obra se produce en este contexto.

JUVENTUD CÓSMICA EN RED

Altruismo y heroísmo juvenil en contextos violentos

Esta obra explora una juventud en red, una red que nos invade en todos los sentidos y desde donde se crea un mundo en el cual, verdad y falsedad han encontrado nuevas formas de mezclarse para crear conceptos nuevos: *fake news*, *posverdad*, *memes*, *bots*, *trolls*. En medio de este mundo virtual, se propone alcanzar una nueva comprensión del papel que juegan las y los jóvenes en las sociedades actuales, así como de su comportamiento e interacciones en contextos violentos, con énfasis en los valores de altruismo y egoísmo, ambos desde una perspectiva racional y pensada para el beneficio individual y colectivo.

A partir de mil encuestas aplicadas a *millennials* sinaloenses, se presentan aquí los resultados de una investigación que aborda la percepción de esta población juvenil de frente a un altruismo con sentido comunitario, la inseguridad imperante en sus comunidades y un altruismo extremo con sentido heroico.

Hoy, la cultura juvenil debe ser observada y comprendida desde las redes sociales, desde su nueva forma de insertarse en el cosmos y de vivir su tiempo y espacio; pero también los jóvenes deben observarse y comprenderse a sí mismos desde su aquí y ahora, desde lo real y lo virtual. Estamos ante la primera generación de la historia de la humanidad capaz de comunicarse en tiempo real, a través de palabra, imagen y sonido, con otros jóvenes de su propia comunidad o de cualquier parte del mundo con los cuales pueden crear sus propias comunidades virtuales.

Nuestra «juventud cósmica» es capaz de leer, ver y escuchar –prácticamente donde quiera y cuando quiera– cualquier obra magnífica o basura digital que haya sido escrita, filmada o grabada, y que haya sido colocada en algún sitio de esa maraña gigante de hilos invisibles conductores de dígitos binarios, conocida como web. Como bien señala nuestro prologuista, el Dr. Ambrocio Mojadín Heráldez, «las nuevas generaciones están viviendo una realidad con marcados sentimientos de soledad, pero bombardeados de información que temporalmente la alivia».



ALEC

