

# Entrevista con Domingo García Marzá\*

## Ética de la comunicación: la fuerza de las éticas aplicadas

doi: <https://doi.org/10.15446/ts.v23n1.93776>

319

Catedrático de Ética y Filosofía Política de la Universitat Jaume I de Castellón. Doctor en Filosofía por la Universidad de Valencia, ha ampliado estudios de Política en Francfort, Alemania, y de Ética Económica y Empresarial en St. Gallen, Suiza, y Notre Dame, EE. UU. Ha sido vicerrector de Comunicación y actualmente director del Departamento de Filosofía y Sociología.

Es autor, entre otros, de los siguientes libros: *Teoría de la justicia (J. Habermas y la ética discursiva)* (Madrid, 1992); *Teoría de la democracia* (Valencia, 1996); *Ética empresarial: del diálogo a la confianza* (Madrid, 2004); *Integrating the Ethical Perspective* (junto con H. De Geer y Martin Büscher; München, 2005); *Razón pública y éticas aplicadas* (junto con A. Cortina; Madrid, 2003); *Ética y filosofía política. Homenaje a Adela Cortina* (junto con J. Félix Lozano, E. Martínez y J. C. Siurana; Madrid, 2018); además de numerosos artículos siempre alrededor de la relación entre ética, política y economía, y su aplicación en el diseño institucional. Los resultados de estas investigaciones han sido plasmados en trabajos realizados para diversas instituciones públicas y privadas. Es codirector del programa interuniversitario de doctorado Ética y Democracia en la Universitat Jaume I, y patrón de la Fundación Etnor.

---

\* Apartes de la entrevista realizada por el profesor Juan Carlos Quintero Velásquez, de la Pontificia Universidad Javeriana, y la profesora Luz Alexandra Garzón Ospina, de la Universidad Nacional de Colombia, el 18 de septiembre de 2020. Transcripción realizada por Nathalia Carolina Zamora Mora, estudiante auxiliar de la revista *Trabajo Social*.

**¿Quién es el profesor Domingo García Marzá? Si pudiera presentarse con nosotros y nos contara un poco sobre su trayectoria y allí nosotros también vamos estableciendo esta conversación [...].**

320

En primer lugar, agradecerles esta entrevista, así como su interés por mi trabajo. La mía es una larga trayectoria trabajando en temas de filosofía práctica, en especial, en temas de ética, política y economía, aplicados tanto a la empresa como al resto de organizaciones e instituciones, de la sociedad civil y del Estado. Estudié filosofía hace muchos años en la Universidad de Valencia. Allí me doctoré, siendo mi directora la profesora Adela Cortina y yo su primer doctor.

Mis preocupaciones siempre habían sido investigar y trabajar en una filosofía que fuera capaz de ofrecer respuestas a los problemas actuales, en especial a las cuestiones de justicia. El primer paso en esta trayectoria, allá por los años ochenta, consistía en ocuparse de la fundamentación de un criterio moral que fuera universalista, un concepto de justicia válido para todas las personas. Cuando defendí la tesis doctoral sobre la ética del discurso de J. Habermas, aún estaba candente el problema de fundamentación desde un punto de vista moral o de la justicia, pero también la idea de que las ideas éticas, las ideas sobre el deber ser, no fueran solo deseables, sino también realizables. Hoy ambos aspectos, justificación y aplicación, son inseparables.

Siempre había sido una preocupación en mis trabajos que aquello que éramos capaces de investigar, fuéramos también capaces después de aplicarlo, que los resultados debían medirse con los problemas reales. Esa importancia de la ética aplicada me llevó a seguir el camino abierto por la profesora Adela Cortina y a especializarme, dentro de las éticas aplicadas, tanto en una ética de la democracia, como en la ética económica y empresarial. De hecho, después de la tesis, a principios de los noventa estudié filosofía política en Frankfurt con Habermas y Karl Otto Apel. Después pasé a estudiar ética económica en San Gallen, Suiza, con el profesor Peter Ulrich; después ética empresarial en Estados Unidos, con el profesor George Enderle, etc. Ya son más de treinta años de este esfuerzo en busca de una renovada ética del discurso que, como teoría crítica, tenga como objetivo el cambio y la transformación social.

Con toda modestia, pero creo sinceramente que nuestro grupo de investigación de las universidades de Valencia y Castellón es uno de los pioneros, y, hoy en día, uno de los más robustos en éticas aplicadas y filosofía

política, en concreto en ética de la democracia. Un trabajo de ética aplicada que no acaba en las puertas de la academia, que tiene una responsabilidad bien definida por la praxis.

**Profesor, dado que queremos también iniciar un poco con el aspecto humano en sí, ¿qué lo llevó a estudiar filosofía y a preocuparse por los apuntamientos de la ética?**

321

Bueno, ahora reconstruyendo un poco la biografía, creo que fue ese interés de aportar un granito de arena al cambio y [la] transformación de las injusticias que veía y sigo viendo. Siempre ha habido un interés, en mi caso, por aportar desde el conocimiento y desde la práctica lo que sea posible, tanto individual como en grupo, para intentar cambiar en la medida de lo posible la situación actual. Este compromiso individual es el que me ha llevado a estudiar filosofía, después ética y luego a intentar poner en práctica lo aprendido. Esta es una de las responsabilidades básicas de la universidad y de todo investigador.

**Muy bien, profesor, y la ética de las organizaciones, ¿por qué llegó allá?**

Es un tema que aprendí de K. O. Apel y que después desarrollé con el llamado nuevo institucionalismo. Llegué a apreciar la importancia de las instituciones desde la práctica diaria, pues si bien es evidente que el compromiso individual, el compromiso personal, es totalmente necesario, también lo es que muchas veces es insuficiente. Es decir, las instituciones son un conjunto de reglas que nosotros los humanos hemos creado para alcanzar metas sociales. Nos permiten tanto organizarnos, conformar una voluntad común, como potenciar nuestras capacidades, multiplicar nuestro poder. Sin embargo, en esta perspectiva institucionalista ha estado ausente y, en gran medida, sigue estando, la dimensión moral, la reflexión ética. Si, por ejemplo, hablamos de democracia, pasamos de la ciudadanía al Estado, como si la familia, la iglesia, la universidad o las empresas, por citar algunas instituciones, no tuvieran nada que ver con la legitimidad o la credibilidad democrática; no fueran, por así decirlo actores, agentes de justicia o injusticia. De ahí la importancia de la ética en el diseño y rediseño de estas instituciones para que permitan y potencien nuestras capacidades para comprometernos y actuar en consecuencia, nuestros recursos morales.

Las instituciones y su concreción en organizaciones son necesarias para el cambio y transformación social hacia una sociedad más justa. Pero, ahora

bien, son un simple esqueleto sin la voluntad y el compromiso personal, sin el afecto y la participación de todos sus miembros. Por desgracia muchas de nuestras instituciones han perdido su sentido y representan hoy en día más un freno que un impulso para nuestras capacidades para actuar desde el compromiso y la realidad de nuestra vulnerabilidad e interdependencia.

322

**Sí, profesor, pero eso nos da pie para continuar ahondando y apuntando hacia el tema de las empresas que podemos considerar mediáticas o las organizaciones mediáticas [...]. Estas empresas hoy en día son de las más grandes y poderosas del mundo. Nos referimos a Facebook, Google, Amazon, que justamente trabajan con una base que, como bien lo decía Habermas [...], es una base comunicativa en cuanto organizaciones que prestan y gestionan un bien intangible. Como usted también lo señala en algunas de sus obras, se basa en la gestión de intangibles, pero ¿qué tipo de particularidad o cómo [...] se están configurando estas empresas en relación con asuntos tan grandes, tan importantes como los temas, por un lado, de la privacidad; por otro lado, del fortalecimiento de la ciudadanía; y, por último, de la libertad? Que todas son preguntas, en últimas, centrales en la ética. ¿Cómo ve usted eso en esta relación con estas organizaciones, profesor?**

Al margen de su tamaño, las empresas de comunicación no dejan de ser un tipo “especial de empresas”. Especial porque aquello que producen, la información, no es un bien privado, sino público. No podemos consumirlo sin que afecte a nuestra comprensión del mundo, y con ella a nuestra voluntad individual (aspiraciones, deseos, intereses, etc.), y sin que afecte a lo que podemos llamar, siguiendo a Habermas, formación de la voluntad colectiva como sociedad; esto es, a la formación de la opinión pública, pilar básico de la democracia. Si sabemos que nos manipulan, nos mienten o engañan, dejamos de comprar un periódico, ver un canal de noticias, etc. La confianza depende de que se cumpla una serie de expectativas. Bien lo saben los medios que elaborar unos códigos éticos y de conducta en los que expresan sus compromisos, aunque poco o nada se cumplan.

Ahora bien, las grandes tecnológicas introducen nuevas lógicas y traen nuevas consecuencias en el ámbito comunicativo. Todos sabemos que la responsabilidad es proporcional al poder y que, por tanto, estas empresas que

usted cita tienen una gran responsabilidad, de la que de hecho no responden, de la que no dan razón. Cuando apareció internet muchos pensamos en una democratización de los medios, en un instrumento básico para una ciudadanía mediática. Hoy estas empresas han transformado la esfera pública en una esfera comercial en la que nosotros mismos somos el producto, la mercancía que se compra y se vende. Su poder radica en la gestión de nuestros deseos e intereses, en su aparente gratuidad. Efectivamente, la autonomía moral y política está en peligro cuando no solo influyen en nuestra forma de pensar y actuar, sino que construyen, con nuestra aceptación, nuestra propia personalidad, así como nuestra intención de voto. Cuando han querido responder con un código y un comité de ética han hecho un ridículo espantoso. Apenas ha durado unos días. La ética, hacer las cosas bien o mal, tiene sus consecuencias en la aceptación y la credibilidad. Regular a estas empresas requiere la complementación entre una regulación jurídica y una autorregulación ética.

323

**En esa gestión de esos recursos comunicativos, una gestión que podríamos decir abusiva de estas empresas, ¿cómo ve usted la posibilidad de que entren dentro de eso que usted llamó la necesidad del contrato moral, sobre todo en su texto sobre ética de los medios?**

El contrato moral se refiere al sentido mismo de la empresa como institución y, desde estos presupuestos, no hay diferencias entre los medios tradicionales y las nuevas empresas tecnológicas. Este concepto alude a una realidad que muchas veces se olvida: la empresa no es solo sus accionistas y sus directivos, también la conforman otros grupos de interés como los propios clientes, la sociedad que las envuelve, las leyes que las protegen y permiten actuar, sus empleados y trabajadores, etc. Fueron los propios empleados quienes se cargaron el comité de ética de la IA en Google a los pocos días de nombrarlo. La fuerza de estas grandes empresas es que son, en primer lugar, globales. Con lo cual escapan a la regulación jurídica. Y, en segundo lugar, actúan sin competencia, con lo que no les alcanzan las leyes del mercado. El contrato legal tiene muchas dificultades para aplicarse en estas condiciones, pero el contrato moral tiene sus ventajas, pues se refiere a la confianza que genera la empresa en todos los implicados y afectados por su actividad. Solo cuando todos obtengan valor con la actividad estas corporaciones alcanzarán esta confianza, estarán de acuerdo con la marcha de la empresa. Hoy son ya el punto de mira no solo de los ciudadanos, sino

también de los Estados. La falta de credibilidad y la progresiva desconfianza acabarán con su imperio.

En mis trabajos, como bien saben, hablo de una democracia de doble vía, donde el Estado comparte su responsabilidad con una sociedad civil que tiene su propio poder comunicativo y que no se detiene en las fronteras estatales. Solo una ciudadanía mediática consciente y responsable, junto a los propios profesionales, puede forzar a la creación de un derecho cosmopolita que sea capaz de regular la conducta de estas empresas. A su vez, las empresas, también estas plataformas, deben mostrar su apuesta por las pretensiones de verdad y sinceridad, creando una infraestructura ética capaz de mostrar transparencia y participación. Solo así se creará confianza.

Mientras que el derecho tiene un poder inoperante fuera de sus fronteras, la ética —con los derechos humanos como expresión básica de la dignidad humana— es por definición global, universal. Ahí está el poder hoy en día de las éticas aplicadas, porque, insisto, la sociedad civil solo tiene las fronteras que tienen los problemas. Ni la manipulación, ni la contaminación conocen fronteras. Esta universalidad tiene un poder efectivo cuando se convierte en un recurso moral en un capital ético, del que dependen, no lo olvidemos, la reputación y la confianza.

**En ese orden de ideas, profesor Domingo, ante esa realidad que nos marca la dificultad para generar marcos legales globalizados ante estas industrias, ante este tipo de organizaciones y frente a esto que usted propone, como la infraestructura ética, ¿qué lugar juega el ciudadano de a pie y las organizaciones sociales?**

En nuestro grupo llevamos trabajando muchos años en la elaboración de esta infraestructura ética y la hemos desarrollado también para corporaciones multinacionales. Es difícil entender la ética empresarial como un “lava-más-blanco” cuando, por ejemplo, los códigos de ética y buen gobierno tienen sus propios sistemas de cumplimiento abiertos y participativos para todos los grupos de interés. La idea que nosotros defendemos es que tienen que estar implicados en esa infraestructura ética todos los grupos implicados y afectados. Existen mecanismos de representación para crear espacios de participación al interior de las empresas e instituciones, espacios de confianza donde se puedan tratar los temas que afecten al código ético y de conducta, o el cumplimiento de su responsabilidad, por citar dos de sus actividades. En estos espacios de participación

deben estar los directivos, pero también los ciudadanos como lectores, oyentes, etc. Al mismo tiempo, también deben sentarse aquellas organizaciones que defienden intereses universalizables; por ejemplo, el cumplimiento de los Derechos Humanos o, en la actualidad, los Objetivos del Desarrollo Sostenible. Estas organizaciones sociales deben ser las encargadas de conectar estos diferentes comités, de crear una red fiable para la defensa de los intereses generales entre diferentes empresas, administraciones, universidades, etc.

El principio de inclusión es uno de los principios básicos para una ética del diseño institucional. No hay ningún reglamento fijado de la composición de estos comités de ética como espacios de participación, pero el propio comité de ética tiene que ser un factor de generación de confianza. Si en el comité de ética están simplemente aquellos que representan a los accionistas, o quienes puedan elaborar una “piel de cordero” para la empresa, la desconfianza está asegurada. Es lo que le pasó a Google.

**Lo que le pasó a Google, también a Facebook con el tema de Cambridge Analytica, nos permite pasar a otro punto importante de esta conversación, profesor, y es el tema de las *fake news* [...], esta nueva tecnología que nos permite manipular el video para hacer que las personas aparezcan diciendo cosas que no han dicho; las famosas *vip fake*. Entonces, [...] ¿cómo poder mantener la confianza cuando estamos ante una gestión, además emocional de lo falso?**

La pregunta es esencial porque precisamente las nuevas tecnologías digitales están amplificando el poder de la mentira, de la manipulación y el engaño; y, con ello, acaban con la reputación y la confianza en los medios y en la fuerza de la opinión pública. Este proceso de destrucción de toda referencia a la verdad y a la justicia sigue siempre el mismo camino: lo primero que hay que hacer es simplemente destruir el concepto de realidad, fíjense qué fácil. Hablamos entonces de la posverdad, de un escenario donde la realidad es la que cada uno define a su gusto, cuanto más poder más posibilidades de persuadir. Si usted quiere hablar de injusticia tendrá que tener claro lo que significa la justicia, pero si le dicen que la justicia es relativa, es arbitraria, que cada uno piensa, tiene un concepto diferente de justicia, automáticamente ya le están quitando todas las fuerzas para seguir avanzado, porque no tiene una realidad, no tiene un lugar dónde llegar, no sabe si viene o va. Como bien dicen, quién no sabe adónde va, siempre acaba en otra parte.

El papel de los bulos es eficaz cuando partimos de que la verdad no existe, es relativa a cada cual. Pero nosotros bien sabemos que esta afirmación es falsa, precisamente porque está diciendo: “Yo afirmo —digo que es verdadero— que la verdad no existe”. Es una contradicción pragmática. Si no existiera una referencia a la verdad no existiría la posibilidad de comunicarnos. Si no existiera la justicia, el saber lo que está bien o mal, lo correcto o lo incorrecto, no sería posible construir un orden social. Otra cosa es que se manipule la verdad, que se instrumentalice, que es lo que están haciendo, nuevamente, estas grandes tecnológicas en su gestión de internet y de redes sociales.

Para salir de esta situación, lo primero es dejar de utilizar estos “conceptos trampa”. Cuando hablamos de posverdad o posdemocracia parece que estamos refiriéndonos a una situación en la que la verdad y la democracia están superadas, han dejado de ser relevantes, ya no importan. Pero, más allá de la democracia está la dictadura, más allá de la verdad está la mentira. Pregúntele al pobre, al desgraciado o al miserable si efectivamente tiene razones o no tiene razones para quejarse, si solo es su punto de vista. La verdad y la justicia no son subjetivas ni objetivas, son intersubjetivas. De ahí la importancia de entender la razón, siguiendo a Kant, como aquella facultad en la que todos tienen voz. La forma más rápida para destruir el concepto de verdad es convertirlo en algo emocional. Las emociones son totalmente necesarias y posiblemente haya sido un error no haber tenido en cuenta toda la fuerza que tienen. Una razón cordial es posible, como nos dice la profesora Cortina, una razón que tenga en cuenta las emociones.

En segundo lugar, debemos controlar las nuevas tecnologías. La tecnología ni es, ni ha sido nunca, neutra. En Europa se está trabajando tanto en las medidas de regulación jurídica como en las de autorregulación ética, para hacer frente a este nuevo escenario digital que conforma el internet de las cosas, los algoritmos, los macrodatos, etc. Es necesario intervenir en estas tecnologías desde el momento cero, desde su diseño. Si vamos solo a las consecuencias, siempre llegamos tarde. De nuevo una ética aplicada a la revolución digital, una ética digital en sentido amplio, si así quieren llamarla, es necesaria. Esta es también la opinión de las autoridades europeas. Europa habla de una inteligencia artificial confiable; la palabra clave para Europa es la confiabilidad, la confianza. Y el elemento clave para esta confianza es la ética.

En tercer, y último lugar, es necesaria la corresponsabilidad, el trabajo conjunto entre una ética profesional, de quienes traducen la información



en datos y crean los algoritmos, y una ciudadanía digital, consciente del poder que tiene a la hora de negarse a vender su privacidad, sencillamente apagando el móvil.

**Profesor, yo quisiera ir agregando un tema que nos parece interesante [...], es el tema de los vínculos. La pregunta estaría guiada hacia ¿cuál cree que sería ese lugar de los vínculos sociales en el marco de este panorama de justicia, de verdad y, agregándole otro ingrediente, que puede ser la libertad? No sé cómo juega ese asunto de la libertad ahí, entonces nos gustaría escucharlo al respecto, profesor.**

327

Sí, es una cuestión clave porque una de las consecuencias más nefastas de esta revolución digital es precisamente el progresivo aislamiento de las personas. Primero nos hacen creer que la realidad no existe, que todo son emociones. Acto seguido, dirigimos la información directamente a quienes están en la soledad del ordenador o el móvil, de quienes ya hemos recogido sus deseos e intereses. Los convertimos, como reza un famoso libro, en “filtros burbuja”. Es decir, los transformamos en mónadas, en islas que, si bien después se vinculan, solo pueden formar archipiélagos, no un terreno común y sólido.

No olvidemos que detrás de estas grandes tecnológicas hay un interés comercial, que nadie niega, y que está convirtiendo cualquier relación social, cualquier grupo de amigos, cualquier relación personal en un valor económico. La esfera pública se convierte en una esfera comercial. El negocio de estos grandes tecnológicos es la publicidad, pero ahora se construye la propia realidad para su expansión.

No hay que demonizar a las redes sociales, pero no creo que los vínculos que generan sean vínculos sociales en el sentido pleno de la palabra. Puede ser que tengan más fuerza los vínculos virtuales que los reales, pero les falta la presencia del otro y, con ella, el conjunto de expectativas, de derechos y obligaciones, que todo reconocimiento del otro conlleva. En el mundo virtual yo no tengo forma de comprobar las pretensiones de validez que permiten una coordinación de la acción y justifican cualquier acto, cualquier interacción, cualquier vínculo. Si las redes sustituyen a la realidad, nada bueno puede ocurrir, porque en ese mundo somos dependientes de la tecnología. Es importante el vínculo presencial, el vínculo afectivo para poder enfrentarnos a la manipulación y la instrumentalización. Recuperar el valor de la participación. El error fue pensar que la participación es lo mismo que participación política. Pero no es así. La participación política es un

tipo de participación, pero no el único. ¿Por qué tenemos que despreciar cuando la gente se reúne por otros motivos que no sean los partidos políticos? Ahí está la fuerza que la sociedad civil debería recuperar. La idea es efectivamente reconquistar esa esfera social, esa esfera pública no política, que se alimenta de la solidaridad y que permite crear tejido social.

**Profesor, me surge la pregunta ¿existe este asunto de la libertad en la virtualidad?, o ¿cómo se ve ese tema a propósito de lo que hemos venido hablando de la verdad, de la manipulación, de la razón y este tema de las emociones?**

El tema de la libertad es un concepto complicado. Hay dos visiones de libertad y claro, se mezclan las dos visiones y se manejan muchas veces de forma instrumental. Para mucha gente, libertad es hacer lo que uno quiera. Pero resulta que muchas veces aquello que uno quiere es producto de las propias redes. La libertad en la virtualidad es una contradicción porque esa realidad virtual no la hemos configurado nosotros. Somos dependientes, pues actuamos en espacios sociales y en posibilidades que otros, por motivos generalmente económicos, han creado para nosotros. No creo que esto sea libertad.

A la libertad como independencia le subyace un concepto de libertad como autonomía, tanto moral como política. En suma, la capacidad de llevar tu propia vida a nivel individual y a nivel colectivo. Para ser libres debemos participar hoy en el seguimiento y control de la tecnología digital, en crear nosotros mismos los espacios virtuales en la medida en que queramos hablar de espacios de confianza. De ahí la importancia del principio ético de explicabilidad, sumado a los de beneficencia, autonomía y justicia, a la hora de hablar de confiabilidad en las redes. No hay independencia sin autonomía. Estas son las bases de la dignidad, también en la actual revolución digital.

**Mirando todo esto [...] me he encontrado con la idea de [que] estamos básicamente dentro de una gestión emocional, pero también estamos frente a un resurgimiento, si se quiere, de la misma emocionalidad y de los mismos sentimientos como escenarios y como potencialidades que impulsan, que fortalecen la misma comunicación, más en la perspectiva de esa diferencia que hay entre emoción y sentimiento. Es la recuperación de los sentimientos morales y digamos que un poco también hacia la pregunta por la**

**posibilidad de recuperar los sentimientos y movilizar este tipo de sentimientos, ya no tanto de forma instrumental, sino de forma comunicativa, es decir, que permita de verdad la construcción de un vínculo. ¿Cómo no perder la esperanza en nuestra relación con la tecnología? [...] Puede ser esa una buena pregunta para ir cerrando nuestra conversación.**

329

Ya hemos comentado que el gran error de un racionalismo trasnochado es haber despreciado el papel de las emociones y los sentimientos. Los sentimientos son las emociones conscientes, interpretadas lingüísticamente y que, por tanto, tienen un contenido cognitivo. Por eso hablamos de sentimientos morales. La neurociencia ha mostrado aquello que muchos ya sabíamos: no es posible separar razón de emoción. Forman un complejo en el que lo importante es aprender a equilibrarlos. Puede haber una gestión de las emociones para instrumentalizarnos y manipularnos, como por ejemplo hace el populismo, pero también una gestión ética de las emociones orientada por el principio de cordialidad. En nuestro grupo, hemos trabajado este tema en un libro reciente que lleva por título *Neuroeducación moral y democracia*. La democracia vive de la deliberación, pero no tiene fuerza sin la credibilidad y el afecto. Pero, de nuevo, cuidado con no tener criterios éticos para hablar de la validez moral de las emociones y sentimientos. Por poner un ejemplo, la indignación o el resentimiento también pueden derivar del odio al pobre, al extranjero, al emigrante. Respecto a la tecnología, basta con diferenciar bien entre su sentido como un medio, un instrumento para el logro de una vida digna de vivirse, o un fin al que todos debemos orientarnos queramos o no.

**¿Cómo ve usted, profesor, el asunto de estas nuevas formas de sociabilidad?, ¿hacia dónde pueden ir? Evidentemente se están configurando desde la instrumentalidad, pero los chicos y las chicas bien saben eso; sin embargo, avanzan porque tienen que vivir y su mundo es el mundo de las redes, de las tecnologías y de los dispositivos. ¿Hacia dónde pueden ir estas nuevas sociabilidades inter pares entre los chicos?, pero también ¿cómo se va transformando esto entre los chicos y sus familias? ¿Cómo esto, en últimas, va configurando todas las relaciones sociales?**

Las redes sociales están cambiando las expectativas y formas de pensar de nuestros jóvenes, restándoles fuerza para el cambio de una situación que, en especial para ellos, es claramente injusta. Están profundizando en un

individualismo autosuficiente y preparando un terreno donde la publicidad dirija todo proceso de socialización. Cuando vimos el potencial de internet hablamos de la utopía de una comunicación libre, formadora de nuevos ideales y horizontes. Hoy hablamos de la distopía que representan los dueños de la red, las grandes empresas tecnológicas. Debemos controlar la tecnología desde la regulación jurídica y desde la actuación moral. Ya hemos hablado de los recursos morales para referirnos al poder derivado de la acción comunicativa, del compromiso y del reconocimiento recíproco. Pero para convertir este recurso en un capital hay que recuperar el papel de la familia, de los amigos, del trabajo, de la escuela, de la empresa, etc. Debemos recuperar el papel felicitante, cordial, de la participación, del encuentro con el otro. Solo así tendremos un potente escudo frente a la falsa realidad de las redes. La juventud debe apreciar de nuevo, aunque por desgracia la pandemia nada ayuda, las ventajas de la presencia. Sin ella, el reconocimiento de la igual dignidad se pierde en pantallas autocomplacientes.

**Profesor, muchísimas gracias [...], creo que eso es absolutamente valioso para nosotros, haberlo escuchado y haber tenido esta fortuna de que haya aceptado este espacio y poderlo tener aquí [...].**