

<http://www.larepublica.com.uy/contratapa/441097-la-cara-ciber-de-la-revolucion-20>

LA CARA CIBER DE LA "REVOLUCION 2.0"

Por Mariano Blejman [*]

La movilización iniciada el 25 de enero fue una revolución con un alto componente digital que convirtió al joven Wael Ghonim, de 30 años, en un vocero de los manifestantes. Su página de Facebook galvanizó la protesta. Ghonim, ejecutivo de Google, se convirtió en uno de los héroes de la revuelta de la plaza Tahrir

"Túnez, Egipto, ¿y ahora qué?", preguntó la CNN. "Pregúntenle a Facebook", respondió ayer Wael Ghonim, el ejecutivo de Google secuestrado por el gobierno egipcio y finalmente convertido en héroe nacional. Aunque la caída de Hosni Mubarak fue vista como un triunfo de la "cultura Google" por el mundo tecnológico, lo cierto es que -más allá de la efervescencia del triunfo de la revuelta popular- el rol de Wael Ghonim dejó a Google en medio de un dilema político de dimensiones planetarias, y a Facebook como principal acelerador de la movilización. El joven ejecutivo de 30 años es (¿o era?) responsable del área de marketing para Medio Oriente de Google. Como se sabe, fue encarcelado por el gobierno egipcio el 28 de enero, fue liberado el lunes por presión internacional y se convirtió en héroe de una revuelta que carecía de líderes claros. Ayer, Ghonim le agradeció a Facebook por su rol en la liberación de Egipto, y aseguró que estaría encantado de conocer a Mark Zuckerberg si éste lo llamara. ¿Estará Ghonim buscando trabajo en Facebook?

Los jóvenes egipcios convirtieron a Wael Ghonim en un nuevo héroe después de que éste hablara por televisión apenas fue liberado. El ejecutivo tuiteó durante sus primeras horas en libertad una frase muy marketinera: "#jan25 is Revolution 2.0". Dicho en español: la movilización iniciada el 25 de enero fue una revolución de las redes sociales.

Una rebelión, digamos, con un alto componente digital que convirtió a Ghonim en un vocero de la plaza Tahrir: "Estoy dispuesto a dar mi vida por Egipto", sentenció. Ayer, mientras el gobierno de Mubarak se desplomaba, Ghonim anunció por Twitter que escribirá un libro llamado Revolution 2.0. "Por favor, no me hagan la cara de esta revolución", pidió después. Tal vez ya sea tarde.

Wael Ghonim confirmó ser el creador de la página de Facebook: "We are all Khaled Said" (Todos somos Khaled Said), hecha en honor a un joven de 28 años golpeado hasta morir en Alejandría. Allí se difundieron videos sobre el joven asesinado, y la página de Facebook fue uno de los principales espacios convocantes a la movilización del 25 de enero.

Para Google, empero, la liberación de Ghonim ha sido también problemática aunque no tanto como su detención. Asentado en Dubai, Emiratos Arabes, Ghonim había pedido una semana de vacaciones. En términos formales, cuando fue arrestado estaba de licencia. "Es un gran alivio que Wael Ghonim esté libre", respondieron, frugales, voceros corporativos. Ghonim estuvo entre los nombres más mencionados en Twitter ayer, durante varias horas.

El principal dilema de Google es que en honor a la defensa de la libertad de expresión y para mantener alto el espíritu de sus trabajadores, el buscador no podrá sacar al ejecutivo de su empresa pero tampoco podrá dejarlo demasiado cerca del resto de Medio Oriente. El otro gran dilema es el coqueteo de Ghonim con Facebook. Un ejecutivo argentino de Google -que pidió mantener su nombre en reserva- aseguraba a este diario que la postura de la empresa fue demostrar apoyo a la familia, y alegrarse por la recuperación de su libertad.

En Google creen que Ghonim seguirá trabajando como hasta ahora, encargado del marketing en Medio Oriente. Sin embargo, "Google sigue teniendo presencia en muchos países donde todavía existen gobiernos autoritarios, y cuesta pensar que Ghonim pueda seguir trabajando en esos otros países", dijo ayer a Página/12 Erik Sherman,

periodista especializado en tecnología y negocios, de CBS Business Network. Sherman escribió en Bnet.com que Ghonim había abierto un problema de "gerenciamiento de la marca" y que Google estaba caminando por una línea muy delgada: si bien su marca queda en el umbral más alto de la libertad de expresión para Medio Oriente, la empresa corría riesgo de "asociarse a las actividades políticas de sus empleados".

Ghonim se define en su cuenta de Twitter como alguien a quien le gusta "desafiar el statu quo". La frase cuaja con la cultura Google, que pregona una Internet abierta y sin censura, y se hizo famosa por su slogan "Don't be evil" (No seas malo). Según le dijo David Rogers del Center on Global Brand Leadership a Bnet.com, "nadie puede imaginarse a un ejecutivo de General Motors liderando una protesta en el mundo árabe". Para Rogers, sin embargo, las acciones de Ghonim refuerzan valores de la marca como su compromiso con la libertad de expresión. El asunto es cómo afectará la situación de Ghonim al resto de los negocios de Google: "Lo más probable es que Ghonim encuentre un cargo más alejado de los asuntos públicos de Google", cree Rogers.

Pero Google podría tener otros problemas, ya que, para colmo, cuando Ghonim salió de la prisión comparó a Gandhi con el creador de Facebook. Eso sí que es desafiar al statu quo. Facebook es la principal competencia de Google: mientras que para el buscador, Internet se trata de organizar información, para Facebook se trata de conectar gente. La experiencia de Egipto pareciera demostrar que Facebook funcionó mejor para movilizar a la gente, mientras que Twitter ganó cuando se trataba de informar desde el terreno. Mientras tanto, la única plataforma de Google que funciona para estas situaciones es YouTube.

Los valores de la marca Google provienen de la creación de Internet, después de dejar el mundo militar: el ambiente hippie de las universidades estadounidenses, que pregonaban un capitalismo prodemócrata, basado en la libertad de expresión y en la tecnofilia con

lugares cómodos para trabajar: la verdadera revolución del copiar y pegar desestructuró la forma en que las sociedades concebían el manejo de la información y 30 años después produjo un nuevo tipo de generación digital.

"Revolución 2.0: Misión cumplida" tuiteó Ghonim percutido de marketing, mientras caía Mubarak. Y si bien el mundo estuvo lleno de revoluciones sin Internet y que Mubarak cayó por la recuperación territorial de los jóvenes más que por sus tweets, la vida sin los valores que Internet representa parecen inconcebibles en buena parte de la cultura joven mundial: "Es fácil acusar a los cientos de miles de manifestantes pro democracia de ingenuidad, de simpleza mental, de confiar demasiado en Internet y Facebook. Hay una creciente evidencia de que la 'realidad virtual' se convirtió en realidad para los jóvenes de Egipto que habían comenzado a creer en la pantalla más que en la calle", escribió Robert Fisk desde El Cairo para este diario. Pero la mayoría abrumadora de los jóvenes de plaza Tahrir llevan sobre la Tierra el mismo tiempo de vida que Internet. No conciben un mundo desconectado, no comprenden un ágora global sin intercambio y encontraron en Wael Ghonim un nuevo botón donde pulsar "Me gusta".