

El vídeo de Kony está construido para activar cada resorte que hace saltar lo viral y que nos lo pasemos los unos a los otros.... es un algoritmo audiovisual calculado para que lo compartas. Por si el propio vídeo no lo dice suficientemente claro ("nada es más poderoso que una idea cuyo tiempo ha llegado"). Estos son algunos de los mecanismos de **manipulación** que he identificado en el vídeo, pero seguro que hay más:

- Hay una lucha entre el bien y el mal, que es un clásico de la narración desde Grecia. Para ayudar a identificarlo, el malo aparece hiperenfocado y hay sutiles referencias a Hitler para los despistados. Incita al altruismo compartido.
- La historia se va contando de lo cercano a lo general y usa la primera persona. Es una técnica clásica de la narración periodística, por ejemplo, porque promueve la atención y la credibilidad.
- Cierra con un llamamiento a la acción y una fecha de caducidad (2012). Como en las teletiempos: llama en los próximos 15 minutos y te regalaremos otra unidad.
- Hay niños por un tubo. Como los negritos no nos emocionan lo suficiente (si lo hicieran no estaríamos descubriendo Uganda en 2012), aparece uno rubio y monísimo que todos nos querríamos llevar a casa. El padre no es guapo pero tampoco está mal, un poco a lo Assange.
- La narrativa es muy moderna, por lo que la gente joven se puede sentir muy identificada con ella. Usa el lenguaje audiovisual del reality: hay fragmentos muy íntimos de la vida del protagonista que no se corta en enseñar. La linealidad de la historia se corta con flashbacks y flashforwards para mantener la mente atenta; en algunos momentos se copia el lenguaje contemporáneo de vídeos que han tenido éxito en internet (como cuando se cuenta a través de la página de facebook). Todos los logos, carteles y camisetas que aparecen han sido exquisitamente diseñados. Maneja óptimamente los ritmos de lo audiovisual, con sus subidones, bajones, descansos... todo apoyado con música.
- Es autorreferencial como un virus: incluye memes dentro de sí mismo, hace constantes menciones a facebook, llama a la autorreplicación.
- Usa elementos que pirran a nuestro cerebro, como masas haciendo cosas a la vez, lanzando consignas, bailando y sintiendo emociones colectivas o primeros planos de personas mostrando emociones.
- Copia el lenguaje electoral y de campaña a lo Obama para llamar a la acción. También el lenguaje de guerrilla. La operación de empapelado de ciudades es calcada a la [Paperstorm](#).
- Utiliza el argumento de autoridad que tan bien funciona en los anuncios y en los foros de internet (el señor de la corte internacional), documentos, etc.
- Usa famosos: Clooney, Gaga, Angelina... y ya sabemos que como espectadores/internautas nada nos pirra más que un famoso. Esta ha sido una de las claves más importantes de su expansión (desde la premiere del vídeo estuvieron presentes, y después, respondieron al llamamiento que se les realizó desde Twitter).
- Es largo. Eso (a priori un inconveniente) consigue que transmita la sensación de haber visto algo importante, un documental y no un anuncio (aunque todo se hubiera podido resumir en dos minutos).
- Todo está explicado para niños. Literalmente.
- Hay nacimientos, muertes, violencia, secuestros, mutilaciones, violaciones, todo muy épico. Sin embargo comienza y se cierra de forma tecnooptimista y el asunto del vídeo no se desvela hasta pasados 5 minutos. Lo duro va en rápidos flashes. Si ves el vídeo sin saber su objetivo, el efecto se multiplica. No es deprimente, sino que llama a la acción. Juega al "life changing", es decir, te cuenta algo que hasta entonces no sabías y que te hará ver las cosas de forma distinta desde entonces, que es otra de las claves de lo viral.
- Hace la pelota al receptor constantemente: vosotros podéis cambiarlo todo.
- Hay pulseras, soporte simbólico y viral donde los haya.
- Da unas instrucciones clarísimas: comparte, dona.

En resumen: el vídeo provoca una emoción que incita a la acción y a la replicación. Podría, por ejemplo, no provocar nada, o provocar tristeza, pero entonces no funcionaría.

<http://blogs.elpais.com/trending-topics/2012/03/asi-te-ha-manipulado-el-video-de-kony-2012.html>

Jason Russell, la cara más notoria del grupo Invisible Children, de hecho ha logrado dificultar mucho el trabajo de conseguir un cambio. La campaña de Invisible Children es un esfuerzo muy bien producido de dejar el estado de las cosas tal como están; su mensaje parece muy moderno porque así lo son las herramientas con las que lo hace. El punto al que trata de llegar es conformista: luchar violencia con violencia, omitir pasos de cambio social y hacer que una ideología estrecha se vuelva masiva al lograr que millones de personas que no se cuestionan nada alcen sus puños en señal de apoyo. Para Estados Unidos, Europa y otros rincones por lo general cómodos en el mundo, ésta es una imagen preocupante de una cultura de masas que cae fácilmente en el objetivo de la propaganda.

Para los lugares menos cómodos del mundo, como las zonas en las que el Ejército de Resistencia del Señor (LRA por sus siglas en inglés) ha tenido presencia, el apoyo masivo para mantener el statu quo es una tragedia.

Pero, ¿cuál es el statu quo? Bueno, es de hecho algo complicado. Pero basta con decir que durante décadas ha sido una intrincada mezcla de violencia que causa más violencia, de un gobierno violento que suma apoyo internacional al vilipendiar a un lado del conflicto, y de una atención internacional con frecuencia reducida a celebridades desinformadas expresando impacto y horror. Crucialmente, el statu quo ha sido parte de la propaganda del gobierno ugandés para que su guerra se vea como un tour de locura personal de un hombre: Joseph Kony. Este es el statu quo que necesita ser cuestionado. ...

Los diálogos de paz terminaron en guerra a finales de 2008: Kony se rehusó a firmar el acuerdo. Invisible Children apoyó la presencia de Estados Unidos; Estados Unidos apoyó al ejército ugandés para aumentar la presencia militar. Se finalizó el plazo para que se lograra el cambio social a través de fines pacíficos cuando el ejército de [Uganda](#) usó la ayuda de Estados Unidos para bombardear un campamento del LRA. La guerra, el statu quo, regresó. En los primeros días de la mal concebida operación militar, un avión de combate de millones de dólares se perdió y miles de personas resultaron desplazados o muertos. La guerra es mucho más costosa que la paz.

La guerra, como es abogada con esta campaña, tiene pocos matices. La propaganda en video, junto con los kits de acción y las órdenes precisas de qué hacer luego dejan poco espacio al pensamiento. Enfocar todo en un solo hombre que simplemente no lleva las riendas de este conflicto –como Invisible Children dice que lo hace- es algo miope.

<https://www.taringa.net/posts/noticias/14267391/La-mentira-de-Kony-2012.html>

El contraste entre el realizador, el rubio californiano Jason Russell, que busca justicia con el ciberactivismo mundial, con la figura negra de Joseph Kony produce un resurgimiento de los prejuicios del inconsciente colectivo, del modelo de superhéroe que lucha contra el mal y del que además el espectador puede ser parte donando fondos para la noble causa.

Por cierto, en la realidad, el mal no está encarnado en una sola persona. El problema de la actualidad social ugandesa, de la que surgió un guerrillero como Kony y su organización armada ERS, Ejército de Resistencia del Señor (LRA, Lord's Resistance Army) es mucho más profundo y no está relatado en el documental.

De manera explícita, Invisible Children clama por la intervención militar y por la cooperación con los gobiernos locales.

Precisamente, el video omite las atrocidades que han cometido esos gobiernos, como el de Uganda

y Sudán del Sur, que combaten a la guerrilla.

Los líderes de Invisible Children comentaron que no van a mencionar las violaciones a los derechos humanos de los ejércitos de Uganda y Sudán del Sur, porque la única forma de detener a Kony es cooperando con ellos.

El presidente de Uganda, Yoweri Museveni, invadió el Congo en 1997, junto con el líder de Ruanda, Paul Kagame, un ex guerrillero al servicio de Estados Unidos en la región, del que se sospecha que fue el causante del magnicidio de los presidentes de Ruanda y Burundi en 1994, que desató la violencia racista y el genocidio de los tutsis en 1994.

Mediante esta invasión, Museveni pretendía desplazar a los inversores franceses, que estaban operando en la región y establecer en su lugar compañías mineras que extrajeran el coltán, como por ejemplo la American Mineral Fields, en la que Bush padre tenía intereses.

Además de perpetuarse en el poder por medios no democráticos, Museveni financió a la guerrilla de Sudán del Sur en contra de Sudán y al grupo armado congoleño liderado por Laurent Nkunda hasta 2009.

Además, el gobierno ugandés es uno de los máximos represores de homosexuales en el mundo.

Invisible Children plantea indirectamente donar fondos al gobierno de Museveni para que capture a Kony, que es apoyado por el gobierno pro chino de Sudán. Al principio parece una causa noble, pero si se omite la otra parte del conflicto, en seguida surge la desconfianza hacia los propósitos de esa ONG y el rol que cumple.

<https://laverdadysololaverdad.wordpress.com/2012/03/22/que-intereses-hay-detras-del-documental-kony-2012/>