

---

«¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes? Superficiales».  
Nicholas Carr.  
Rafael Muñoz Zayas

Vam Nimwegen resume, en las conclusiones de un ensayo clínico reseñado por Nicholas Carr, la idea que subyace y da aliento al presente volumen: a medida que se externalizan en nuestros ordenadores tareas de uso cotidiano como el ejercicio de la memoria, la resolución de problemas sencillos y tareas cognitivas relacionadas con la planificación en el tiempo, entre otras, se reduce la capacidad de nuestro cerebro para construir estructuras estables de conocimientos que puedan aplicarse a nuevas situaciones.

El ensayo, escrito dentro de la rica y variada tradición ensayística norteamericana, no carece del prolijo aparatage de citas y de apoyo técnico, filosófico y científico que la caracteriza, ni tampoco de la construcción bien estructurada de una hipótesis sostenida a través de una argumentación variada, tal y como marcan las normas del género.

El ensayo parte de una premisa basada en la experiencia personal del autor, de la cual deduce que el uso sostenido y reiterativo en el tiempo de las herramientas que brindan las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), tan celebradas en la denominada sociedad del conocimiento, pueden llegar a modificarnos físicamente. Y esto es debido a la especial naturaleza de nuestro cerebro. Las TIC influyen en nuestra vida diaria porque conforme más tiempo pasamos trabajando con herramientas derivadas del uso de Internet, a la vez que procesamos mayor cantidad de información y somos, teóricamente, más eficientes, nuestra capacidad de atención y concentración en actividades que no tienen relación con las nuevas tecnologías, así como nuestra capacidad para el planteamiento y la resolución de problemas, disminuyen.

El autor toma como referente principal en su argumentación, las teorías de McLuhan, que ya en 1964, en su ensayo seminal «Comprender los medios de comunicación», manifestó que la irrupción de los medios de comunicación de masas introducidos en el siglo XX (la radio, la televisión y, en menor medida, el cine) están modificando sustancialmente la forma de estructurar nuestro pensamiento, des-

¿QUÉ ESTÁ  
HACIENDO  
INTERNET  
CON NUESTRAS  
MENTES?

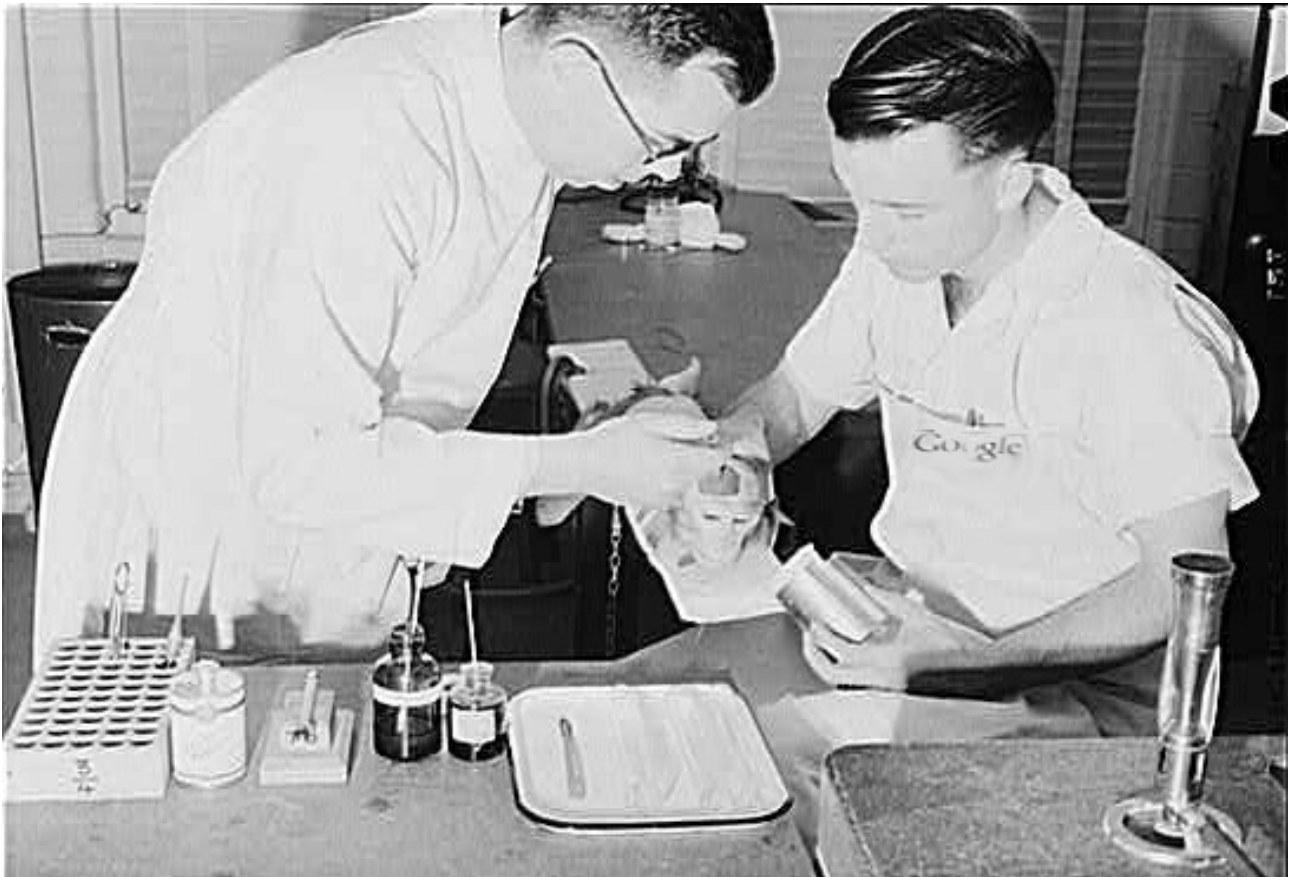
**SUPERFICIALES**

Nicholas Carr



truyendo la organización lineal del mismo. Estructura que, durante los últimos cinco siglos, ha gobernado la forma de procesar el conocimiento en el ser humano. McLuhan, en el citado libro, lanzó un aforismo que ha pasado a formar parte del acervo popular, y que sigue teniendo una vigencia que parece fuera de toda duda pasados más de cuarenta años de su pronunciamiento: el medio es el mensaje.

Carr nos invita a realizar un interesante viaje que abarca desde la irrupción de la informática en el siglo XX, pasando por los caminos a través de los que nuestra mente aprende, hasta los diferentes enfoques existentes que el aprendizaje y el conocimiento han recibido en la tradición filosófica occidental desde el mundo griego a la actualidad, para llegar al punto determinante y que, en opinión del autor,



mayor peso tienen en la configuración de nuestro pensamiento: la existencia de la página impresa y la experiencia masiva de la lectura realizada por millones de seres humanos de forma constante los últimos cinco siglos. A partir de estos dos aspectos básicos de la civilización occidental, se centra, en un primer momento, en su experiencia personal, que le va a servir de hilo conductor para llegar a la experiencia colectiva que va desgranando, capítulo a capítulo, mediante la recapitulación de un conjunto de ensayos clínicos y de experimentos de laboratorio que van corroborando sus intuiciones primeras: lo que hacemos cuando estamos en modo multitarea sumergidos en las redes digitales (leer y responder correos electrónicos, consultar blogs, foros, seguir los índices bursátiles, leer artículos científicos, informes o libros, etc.) no es más que la adquisición de un conocimiento en modo superficial. Esta idea aparece reforzada por las declaraciones de la bloguera y escritora de ciencia ficción Cory Doctorow, que ha señalado que las tecnologías de la información no son más que «un ecosistema de tecnologías de la interrupción».

Una mención especial merece el capítulo dedicado al buscador Google y al sueño de los fundadores de Google Inc. Larry Page y Sergey Brin, de alcanzar, por una parte, la creación de un algoritmo perfecto que acelere las búsquedas y sea capaz de

indexar, en tiempo real, toda la información que se genere en todo Internet, y por otro, ser capaces de optimizar al máximo el buscador a través de un exhaustivo estudio de la respuesta neurológica del ser humano mediante el estudio sistemático de voluntarios sometidos a pruebas neurológicas mientras interactúan con Google. Este planteamiento les ha permitido ser capaces de crear la más fantástica máquina de marketing, capaz de conocer, hasta límites insospechados, las reacciones del ser humano frente a la pantalla y de saber sus debilidades frente a la comunicación publicitaria. Gracias a este empeño, Google Inc. ha terminado transformándose en una inmensa maquinaria capaz de generar 6.520 millones de dólares de beneficios en 2009, obtenidos, única y exclusivamente, a través de la publicidad que aparece en las páginas de resultados del buscador y de las innumerables aplicaciones que éste ha generado para distribuir su contenido a través de la red. Y bajo todo este entramado económico y científico, ejemplo perfecto de marketing, subyace la búsqueda del elixir de la inteligencia artificial, mito contemporáneo y casi romántico que impulsa, obsesivamente, a los creadores de Google desde sus inicios.

Como bien señala Carr, «son las nuevas tecnologías las que rigen la producción y el consumo, las que guían el comportamiento de la gente y terminan gobernando sus percepciones». Para la comprensión

---

de los mercados, la irrupción de las nuevas tecnologías ha supuesto una dificultad añadida, máxime cuando operan en los mercados bursátiles millones de inversores que pueden hacer cambiar, por la instantaneidad en el reparto de las tomas de decisión en los millones de usuarios que, a través de Internet, pueden operar en bolsa, cambiando tendencias alcistas o bajistas de manera instantánea. Así pues la influencia creciente de la red sobre la economía se hace evidente, en primer lugar, porque ha transformado los medios de producción y distribución, y en segundo lugar, porque está cambiando los hábitos laborales desplazando los espacios de trabajo al tiempo de trabajo, alcanzado una primacía Internet en todos los órdenes de la vida diaria que hace solo una década nos parecía impensable.

El medio es el mensaje. Paradójicamente, Carr emplea la palabra escrita para hacernos ver que es el ejemplo vivo de aquello de lo que nos alerta: Internet nos está haciendo superficiales, nos está dificultando y poniendo trabas por medio de la configuración y adaptación al nuevo medio de nuestro cerebro para la realización de actividades profundas del pensamiento, como puede ser la redacción de un ensayo y su asimilación, y, especialmente, del cultivo de la memoria, primera fase de la elaboración del razonamiento consciente.

Sin embargo, pese a la construcción medida del ensayo, podemos apreciar cierta tendencia a la digresión y a la acumulación de datos que, en buena medida, diluyen la creación de una línea de pensamiento desarrollada íntegramente por el autor. La cita textual, la referencia constante a artículos científicos y el amplio del parafraseo de autores nos pueden llevar a pensar, en algún momento, en la

existencia de cierta debilidad en las ideas que sirven de germen para el volumen reseñado, y que su principal fortaleza se encuentre en el corpus doctrinal que lo acompaña.

Hay que indicar, no obstante, que quién se acerque al volumen esperando encontrar una aproximación meramente superficial al modo en el que Internet y, más concretamente, el buscador Google, influyen en nuestra vida personal y social de las últimas dos décadas, se encontrará con la grata sorpresa de encontrar un texto guiado y articulado en torno a ideas simples y repetitivas, pero capaz de alcanzar distintos niveles de profundidad, y en el que el *leit motiv* de la neuroplasticidad de nuestro cerebro alcanza un desarrollo ejemplar y sostenido a lo largo de los distintos capítulos que conforman el libro.

Nicholas Carr, como su admirado McLuhan, nos alerta de la irrupción del nuevo medio de comunicación en que se ha convertido Internet, medio que ha virtualizado tanto nuestras relaciones como nuestros entornos de trabajo, para que seamos conscientes de los cambios que van a operar a nuestra identidad como seres humanos, y en cómo esta sociedad denominada del conocimiento nos encamina, en buena medida, a una sociedad desconcertada, incapaz de generar pensamiento puro e innovador, y lo que puede ser infinitamente más negativo, que el ser humano se convierta en esos seres humanos que acompañan a los cybors que aparecen en el filme de Mamoru Oshii «Ghost in the Shell»: meros acompañantes de máquinas con interfaces humanos, auxiliares emocionales de la inteligencia artificial que, originariamente, debería haberlos auxiliado y que, en el tiempo, habrá terminado por dominarlos.