



¿ESCLAVOS DE LAS MÁQUINAS?

NUNCA ANTES EL HOMBRE FUE TAN RÁPIDO Y MULTITAREA, PERO NUNCA HASTA AHORA QUEDÓ TAN DILUIDO EN ESE ENDIABLADO ENGRANAJE DE 'GADGETS' QUE DOMINA EL PLANETA

NICHOLAS CARR ES UN CLÁSICO de la hiperconexión y usted, asúmalo, podría ser un hiperconectado. Sí, usted, que vigila con el rabillo del ojo el tráfico zumbón de Whatsapp, dedica unos buenos minutos diarios a alimentar sus redes sociales, surfea en la web con la destreza de un delfín y embellece sus fotos del fin de semana con filtros mágicos al alcance de una sencilla aplicación. Carr, el teórico, sostiene en su libro *Is Google Making Us Stupid?* (2008) que semejante flujo informativo moldea imparablemente nuestros cerebros hacia un nuevo paradigma: menor concentración, esfuerzos más cortos e intensos, igual que un esprinter, y el inevitable bloqueo de nuestro antaño preciado hemisferio derecho, guardián del genio, la creatividad y las musas.

A comienzos de marzo, la plana mayor de Google desembarcó en Sevilla para resumir el estado de la cuestión desde una óptica superoptimista. Los avances son ya tan brutales que, cuando se universalicen, la Tierra, esta vez sí, será más



POR FEDE DURÁN

justa, democrática, sostenible y dicharachera. Habrá energía para todos, los coches no nos necesitarán al volante, las inteligencias artificiales de esos Matrix que se perfilan entre bambalinas funcionarán bajo la ética humana y los robots se encargarán de todo el trabajo sucio y de parte del trabajo bello (asistirnos, animarnos, puede que enamorarnos como en *Her*). Enrique Dans, profesor de Sistemas de Información en IE Business School, aborda el asunto sin complejos. "Quien se sienta aturrido es porque no le ha dado la gana de adaptarse. Pensar que podemos ser peores por culpa de la tecnología es no entender nada. El ser humano tiende al inmovilismo si no le obligan a lo contrario. Y el efecto no se puede juzgar hasta que estemos suficientemente adaptados. Así que habrá que opinar cuando este proceso se cierre".

Ese tifón de artefactos y algoritmos encierra innegables virtudes. David Roberts, el exespía reconvertido en gurú de la Singularity University, recurre al ejemplo de Dean Kamen, inventor de una depuradora que por 3.000 dólares convierte cualquier tipo de líquido (orina incluida) en agua potable. La española Quantis provee de banda ancha vía satélite a regiones recónditas del planeta que

de otra manera estarían condenadas a la oscuridad. Jimmy Wales, el fundador de Wikipedia, augura un auge de los idiomas pequeños gracias a los 2.000 millones de personas que se incorporarán a internet en los próximos años.

Poco a poco, la literatura descriptiva se hace un hueco en los cosos de opinión. Heather Andrew es el CEO de Neuro-Insight, una consultora especializada en el mercado de la neurociencia que se atrevió con un estudio sobre los efectos en la memoria de Twitter. "Existe una fuerte correlación entre la codificación de la memoria, es decir, lo que se almacena en

ella, y nuestras acciones subsecuentes, incluidos los hábitos de consumo. La razón que lo explica es que esos datos se incrustan en la cabeza aunque a veces no seamos conscientes de ello, pero están ahí y pueden condicionar nuestras acciones futuras".

PESCAR CON RED. Paul Hatley, analista de Axiom, ayuda a identificar consumidores no solo en los anchos campos de la economía de mercado sino en los no menos vastos arados de la política. "Desde las listas con nombres y direcciones de los censos electorales hasta los teléfonos y correos electrónicos de campañas previas, los equipos políticos son capaces de identificar dónde está su votante potencial, pero hasta hace poco esa tarea se desarrollaba en un ambiente *offline*. En 2010, Nick Clegg (flamante dimisionario tras las elecciones británicas) era el único candidato del país con una página en Facebook. Hoy existen 35 millones de usuarios en el Reino Unido. Recurriendo a firmas que gestionen esos datos con la premisa del respeto a la privacidad, los partidos son capaces de afinar el tiro y llegar a una audiencia mucho más amplia". Es exactamente lo que hizo el equipo dice Hatley de Barack

Gijsbert van der Wal captura la siguiente escena en el Rijksmuseum de Ámsterdam: niños sometidos al imperio del móvil.