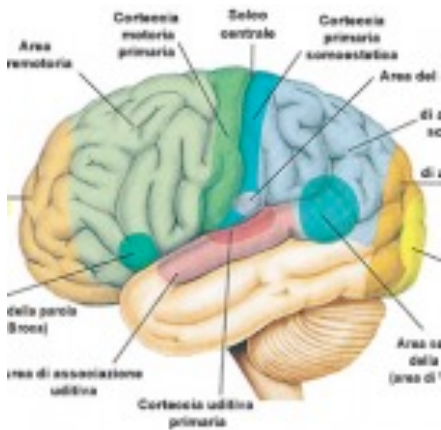


¿Nos vuelve tontos Internet?



McLuhan afirmaba que los “medios eléctricos” del siglo XX - teléfono, radio, cine, televisión- estaban marcando el fin de la tiranía del texto sobre nuestros pensamientos y sentidos. Su libro “Los instrumentos de la comunicación” fue tan debatido como poco leído. Según él, cualquier contenido vehiculado por un medio tiene mucha menos influencia que el medio mismo sobre nuestro modo de pensar.

En su libro “Internet ¿nos vuelve estúpidos?” Nicholas Carr sostiene con fuerza que “los medios no son simples canales de información. No sólo proveen de material al pensamiento, sino que modelan también el proceso del pensar”. (p.20).

En 2008 la *nGenera*, una pequeña compañía de consultoría e investigación, realizó un estudio para verificar los efectos de Internet sobre los jóvenes. La compañía entrevistó cerca de 6.000 miembros de la que se llama Generación Net, o sea, chicos y chicas que han crecido usando la Red. “La inmersión digital -escribía el jefe de los investigadores- ha alterado también el modo como se asimila la información. Los jóvenes ya no leen necesariamente una página de izquierda a derecha y de arriba abajo. Más bien saltan de aquí allá, recorriendo superficialmente el texto, a la búsqueda de informaciones de su interés.”. (D. Tapscott, “How to teach and manage Generation Net, in Businessweek Online, 30 November 2008).

Katerine Hayles, docente en la Duke University, confesaba en una conferencia reciente durante un encuentro de la Phi Beta Kappa, cofradía universitaria americana fundada en 1776: “Ya no logro hacer que mis estudiantes lean libros enteros”. Lo que sostiene Nicholas Carr es que la mente lineal, dúctil y penetrante, llena de imaginación, que nos ha acompañado desde hace cinco siglos, puede modificarse también desde el punto de vista neurológico con un uso desatinado de la web.

Durante el siglo XX, neurocientíficos y psicólogos se dieron cuenta de la extraordinaria complejidad del cerebro humano. Descubrieron que en nuestro cráneo hay cerca de 100 mil millones de neuronas que toman formas distintas y varían en longitud. Millones de billones de contactos, llamados sinapsis, unen las neuronas en nuestra cabeza en una densa red de circuitos que, en formas aún desconocidas, dan origen a lo que somos, a lo que sentimos y pensamos. A pesar de las controversias, la recién descubierta plasticidad del cerebro se debe al joven científico Merzenich, que fue el primero en asegurar que nuestras neuronas pueden romper viejas conexiones y formar nuevas. Según Olds, profesor de Neurociencia y director del Krasnow Institute for

Advanced Study alla George Mason University, “el cerebro tiene la capacidad de reprogramarse al vuelo, cambiando el modo de funcionar. Cada vez que realizamos una acción, se activa un conjunto de neuronas, intercambiando informaciones precisas. La repetición de la experiencia refuerza los vínculos entre esas neuronas”.

“Las células que se activan juntas, quedan ligadas entre sí”: esto se conoce como regla de Hebb. Doidge, en su libro “El cerebro infinito” observa que “a pesar de su amplia flexibilidad mental, el cerebro puede encerrarnos en comportamientos muy rígidos”. (N. Doidge, “El cerebro infinito. En la frontera de la neurociencia: historias de personas que han cambiado su propio cerebro”). Pero plástico no quiere decir elástico. Las malas costumbres pueden radicarse en nuestras neuronas con la misma facilidad que las buenas. “Si dejamos de ejercitar nuestras facultades mentales, no sólo las olvidamos”, escribe Doidge. “La parte del mapa cerebral para esas funciones es ocupada por aquellas otras que seguimos practicando”.

Una página de texto online vista en la pantalla de un computer puede parecer similar a la de un texto impreso. Pero varias investigaciones han mostrado que el acto cognitivo de la lectura no estimula sólo el sentido de la vista sino también el del tacto. El paso del papel a la pantalla no cambia únicamente el modo como nos orientamos en un texto bien escrito. Incide también sobre el grado de atención que le dedicamos. Los links alteran nuestra percepción. Nos animan a entrar y salir del texto, en vez de dedicarle toda nuestra atención a un solo estímulo. Las investigaciones sobre los motores de búsqueda llevan a la fragmentación de las obras on line, nuestro afecto por un texto específico se hace más tenue, y compañías como Google y Microsoft perfeccionan sus motores de búsqueda para video y audio, con lo cual cada vez son más los productos que sufren la fragmentación que afrontan los textos escritos. La red despieza el contenido e interrumpe la concentración. Los cambios en la lectura provocarán análogas transformaciones en la escritura. Un ejemplo extraordinario de esto se ha dado ya en Japón. En 2001 algunas chicas comenzaron a componer historietas con mensajes de texto (SMS de celulares) y a subirlos a la web Maho-noi-rando, donde se podían leer y comentar. Esos cuentos se ampliaron en novelas para teléfono celular y se publicaron por entregas. Actualmente son best seller en las librerías japonesas. Así pues, a la luz de todo esto puede afirmarse que McLuhan tenía razón cuando decía: “Un nuevo medio no es nunca un añadido al anterior, y no deja a éste en paz. No deja nunca de oprimir a los medios anteriores hasta que no encuentra para ellos formas y posiciones nuevas”.

Artículo de **Chiara Giovannini** (chiaragiovannini81@gmail.com)

Bibliografía

M. McLuhan, Gli strumenti del comunicare, tr.it. Garzanti, Milano, 1986.

N. Doidge, Il cervello infinito. Alle frontiere della neuroscienza: storie di persone che hanno cambiato il proprio cervello, tr.it. Ponte alle Grazie, Milano, 2007.

N. Carr, Internet ci rende stupidi? Come la Rete sta cambiando il nostro cervello, tr.it. Raffaello Cortina Editore, Milano, 2010.