

Bruno Patino

La civilización de la memoria de pez



Pequeño tratado
sobre el mercado
de la atención

Alianza editorial

BRUNO PATINO

La civilización de la memoria de pez

Pequeño tratado sobre el mercado de la aten-
ción

Traducción de Alicia Martorell

Índice

[1. 9 segundos](#)

[2. Adicciones](#)

[3. Utopía](#)

[4. Arrepentimiento](#)

[5. La matriz](#)

[6. Cambio de vía](#)

[7. Un día sin fin](#)

[8. emasiadas realidades acaban con la realidad](#)

[9. El caleidoscopio asimétrico](#)

[10. El combate desigual de la información](#)

[11. Combatir y sanar](#)

[Adenda](#)

[Referencias bibliográficas](#)

[Agradecimientos](#)

[Créditos](#)

Para Marie y para Sarah

Es como si hubiera un amo y señor.

ZUANGZI

Last thing I remember, I was running for the door
I had to find the passage back to the place I was before
Relax, said the night man, we are programed to receive
You can check out any time you like but you can never leave.

THE EAGLES , *Hotel California*

It's the economy, stupid!

BILL CLINTON

Si lo ves todo de color gris, quita de en medio al elefante.

PROVERBIO INDIO

1

9 SEGUNDOS

Lo importante es mantener la atención del público.

En el escenario hay un hombre lleno de seguridad y orgulloso de su hallazgo. Detrás de él, una pantalla. En esta inmensa pantalla, un magnífico pez rojo, con el ojo pegado a la pecera. El único texto es un signo de interrogación. La imagen, como siempre desde que Instagram modificó nuestra mirada, está saturada por los filtros, y el ojo redondo del pez tiene un efecto hipnótico sobre la asistencia.

El hombre de la presentación parece un *hipster* amable y elegante: camisa blanca ceñida por fuera del pantalón, pantalón ajustado de corte perfecto, zapatos deportivos color pastel, barba de tres días, cabellos cuidadosamente despeinados, gafas caras, inglés de acento internacional, elocución rápida, microcascos ligeros, treinta años y aspecto deportivo. Lleva todos los signos externos del éxito mundial, de la capacidad de aguantar la presión y del desahogo material asociado a una inteligencia despierta. Está lleno de seguridad. Es normal, es un «googler», un empleado de Google. Como muchos de los suyos, llega desde Mountain View, la sede de la empresa más poderosa del mundo, para llevar la buena nueva del gigante digital ante un grupo de europeos que trabajan en distintos medios de comunicación. Es el método de Google: organizar, varias veces al año en todos los continentes, «encuentros» con profesionales. Estos momentos permiten a la empresa dar a conocer sus herramientas, sus técnicas, sus investigaciones. Todos los encuentros son parecidos, da igual que estén en París, Londres, Berlín, Madrid, Roma o Estocolmo. Promue-

ven el espíritu de «cooperación» entre el gigante californiano y aquellos cuya vida digital regenta. Hay tanto por hacer, tanta inteligencia para compartir, a la americana, entre profesionales de buena voluntad deseosos de construir un mundo en el que la información se distribuye cada vez más rápido y cada vez con más precisión, «en beneficio de una mayoría». Ese es el espíritu que se reivindica, reforzado con pequeños regalos y con una cantidad ilimitada de comida en cada pausa. Por supuesto, el efecto producido es el inverso: en cada reunión, la distancia entre Google y sus interlocutores se va agrandando inexorablemente. Si hace algunos años la diferencia de poder parecía vertiginosa, ahora simplemente es inconmensurable. Google ya no vive en el mismo mundo que nosotros. O, más exactamente, ha construido un mundo que, cada día, es un poco menos el nuestro.

La sala espera la revelación del hombre de la empresa. Está claro que ha hecho falta mucha imaginación, tiempo y, por supuesto, el poder formidable del cálculo informático que requiere la inteligencia artificial. Detrás de esta palabra mágica solo hay datos y fórmulas matemáticas que permiten que una máquina, poco a poco, aprenda a reconocer, a analizar, a encontrar explicaciones. Para que todo funcione hacen falta miles de millones de datos, inteligentemente procesados por miles de ingenieros.

El hombre habla del pez de la pantalla gigante. De este animal estúpido que da vueltas eternamente por su pecera. Los humanos lo han metido allí y lo justifican como pueden: la memoria del animal está tan poco desarrollada, su atención es tan limitada, que descubre un mundo nuevo cada vez que recorre la pecera. La memoria de pez, en lugar de ser una maldición, es para él una suerte, que transforma la repetición en novedad y la estrechez de una cárcel en un mundo infinito. ¿Es una leyenda esta famosa «memoria de pez»? Muchos de nosotros nunca nos hemos planteado la pregunta, simplemente felices por tener una frase he-

cha disponible cuando queremos disculparnos por nuestra escasa atención.

Google no reconoce límite alguno a la expansión del ámbito de su cálculo digital. El hombre del escenario anuncia que su empresa ha logrado calcular el tiempo real de atención del pez. El famoso *attention span*. Y efectivamente es muy ridículo. El animal es incapaz de fijar su atención más allá de 8 segundos. Pasados estos minúsculos 8 segundos, pasa a otra cosa y su universo mental se reinicia.

El hombre del escenario sigue con sus arengas. Los ordenadores de Google también han logrado medir el tiempo de atención de la generación *millennial*. Los que han nacido con conexión permanente y han crecido con una pantalla táctil en la punta de los dedos. Los que, como nosotros, no pueden dejar de sentir vibraciones en el fondo de sus bolsillos; los que, en el transporte público, avanzan con el ojo clavado en el teléfono, concentrados en el espacio-tiempo de sus pantallas. El tiempo de atención, la capacidad de concentración de esta generación, anuncia el hombre del escenario, es de 9 segundos. A partir de ese momento, nuestro cerebro se desengancha. Necesita un nuevo estímulo, una nueva señal, una nueva alerta, otra recomendación. A partir del segundo número diez. Es decir, apenas un segundo más que el pez.

Para Google, estos 9 segundos representan un reto a la medida de la empresa californiana: ¿cómo hacer para seguir captando las miradas de una generación «distráida de la distracción por la distracción», en palabras de T. S. Eliot? ¿Qué herramientas, qué fórmulas matemáticas, qué propuestas se pueden construir para alimentar de forma permanente las mentes de usuarios que pasan a otra cosa incluso antes de haber empezado a hacer algo? Google no se inquieta: la empresa californiana sabe responder perfectamente a esta evolución, de la que es en parte responsable. Gracias a nuestros datos personales, sabrá hacernos

llegar nuestra dosis incluso antes de que nos haga mella el síndrome de abstinencia.

Nuestros sueños digitales se estrellan contra esta duración ridícula. Nos habían prometido el infinito. Creíamos que el ciberespacio no tendría más límites que los del ingenio humano. En cambio, somos como peces, encerrados en la pecera de las pantallas, sometidos al ritmo de notificaciones y mensajes. Nuestra mente da vueltas en redondo, de tuits a vídeos de Youtube, de *snaps* a correos, de *lives* a *push*, de aplicaciones a *newsfeeds*, de mensajes provocadores escritos por un robot a imágenes filtradas por un algoritmo, de datos manifiestamente falsos a *buzz* fuera de lugar. Como peces, creemos que vamos a descubrir un universo a cada instante, sin darnos cuenta de la repetición infernal en la que nos encierran las pantallas digitales a las que entregamos nuestro tesoro máspreciado: nuestro tiempo.

Estos 9 segundos son el tema de este libro.

Un estudio del *Journal of Social and Clinical Psychology* valora en 30 minutos el tiempo máximo de exposición a las redes sociales y las pantallas de Internet, más allá del cual existe riesgo para la salud mental. Según este estudio, mi caso es desesperado, pues mi práctica cotidiana se puede calificar de dependencia de las señales que abarrotan la pantalla de mi teléfono. Pero no soy el único. Vivimos en un mundo de adictos a la conexión estroboscópica.

Para los que creyeron en la utopía digital, entre los que me cuento, ha llegado el tiempo de las lamentaciones. Es el caso de Tim Berners-Lee, el «inventor» de la Web, que ahora intenta crear un «contrainternet» para aniquilar su creación anterior. Sin embargo, era una bonita utopía: formaban parte de ella tanto los adeptos de Teilhard de Chardin como los libertarios californianos puestos de ácido.

Esta evolución no estaba escrita. Los nuevos imperios han construido un modelo de servidumbre digital volunta-

ria, sin darse cuenta, sin haberlo previsto, pero con una determinación implacable. En el núcleo del reactor no hay un determinismo tecnológico, sino un proyecto económico que refleja la mutación de un nuevo capitalismo. En el núcleo del reactor está la economía de la atención.

El nuevo capitalismo digital es un producto y un productor de la aceleración generalizada. Intenta aumentar la productividad del tiempo para poder sacarle más valor. Una vez reducido el espacio, hay que ampliar el tiempo, comprimiéndolo, para crear un momento instantáneo e infinito. La aceleración ha sustituido el hábito por la atención y la satisfacción por la adicción. Y los algoritmos son las herramientas de producción de esta economía.

La economía de la atención ha destruido poco a poco todos nuestros puntos de referencia. No se le escapa nada: nuestra relación con los medios de comunicación, con el espacio público, con los conocimientos, con la verdad, con la información.

Este desorden de la información, las «noticias falsas», la histerización de la conversación pública y la sospecha generalizada no son el producto de un determinismo tecnológico. Tampoco son el resultado de una pérdida de referencias culturales de las comunidades humanas. El desmoronamiento de la información es la consecuencia principal del régimen económico elegido por los gigantes de Internet.

El mercado de la atención forja la sociedad gracias al agotamiento informativo y democrático. Apaga las luces de la filosofía en beneficio de las señales digitales.

No obstante, se trata del orden económico y, como cualquier orden, puede ser combatido y enmendado. No es consustancial a la sociedad digital, ni tampoco al desarrollo de la economía de los datos. Ha llegado el momento de combatir, no para rechazar la civilización digital, sino para transformarla en su naturaleza y recuperar el ideal humanista que movía a los primeros utopistas de la eclosión del mundo digital.

2

ADICCIONES

Hemos perdido las noches.

La pantalla del teléfono ahora ilumina la penumbra. Su luminosidad está reducida al nivel más bajo, pero no deja de estar activo. Perturba el sueño de su propietario, que no sabe nada del trabajo de las células ganglionares sobre la melanopsina de su retina. Ni siquiera conoce su existencia. Son las células que envían a los núcleos supraquiasmáticos del hipotálamo de su cerebro la orden de despertar, pues confunden la luz azul de los LED con la luz blanca del día. El reloj interno del durmiente se desajusta, su sueño es intranquilo. Un deseo irreprímible invade su quietud, el mismo deseo que marca el ritmo de sus días, su vida, su trabajo, sus vacaciones, sus amistades, sus amores, sus pensamientos y sus oraciones.

El primero de estos deseos, el más importante, el más constante, consiste en abalanzarse sobre ese mismo teléfono que nunca está totalmente apagado. Y hacerlo de forma clara o disimulada, según el grado de culpabilidad respecto a las personas de su entorno. Desea poner en marcha, con un índice febril, la trayectoria iniciática del conectado inquieto y enfermizo: empezar por los mensajes, sin perder tiempo. Luego viene Twitter, primero el *timeline*, luego las menciones. WhatsApp, Telegram, Messenger uno tras otro, aguantando la respiración ante la idea de haberse perdido algo que le resultaría indispensable conocer. Luego, ya más despacio, Instagram y Facebook, para acabar con las alertas de información y los correos electrónicos. Al terminar el circuito, se siente como un bulímico que se ha

tragado de un bocado una ración de *pizza*: quiere comer más, se siente vagamente culpable, pero se reprime por miedo a vomitar. Y luego, de vuelta otra vez. Una vez más, una vez más. Cada dos minutos, treinta veces por cada hora que está despierto, una vez cada tres horas de sueño, 542 veces al día, 198.000 veces al año.

Este durmiente no soy yo. Bueno, todavía no. Porque podría serlo muy pronto, dado que cada día me resulta más difícil luchar contra la atracción magnética de la pantalla del teléfono. Puedo intentar metérmelo en el bolsillo, ponerlo boca abajo, dejarlo fuera de mi alcance, guardarlo en la mochila, apagarlo incluso; no importa, siempre lo acabo buscando.

¿Y acaso no estamos todos en la misma situación? Realmente no nos puede sorprender que unos investigadores de la Universidad de Pensilvania hayan emitido un diagnóstico en forma de recomendación: a partir de 30 minutos en las redes sociales, hay riesgo para la salud mental. Los 143 estudiantes de 18 a 22 años que les sirvieron de cobayas, aceptando someter a estudio sus hábitos digitales durante dos semestres antes de abrir sus mentes a unas pruebas, confirmaron lo que ya presentíamos. En lo que me concierne, hace tiempo que he superado los 30 minutos.

Y no soy el único. El tiempo medio que dedicamos diariamente al teléfono se ha duplicado en la mayor parte de los países del mundo entre 2012 y 2016 para alcanzar unos niveles preocupantes: 4 horas 48 minutos en Brasil, 3 horas en China, 2 horas 37 minutos en Estados Unidos y 1 hora 32 minutos en Francia. La mayor parte de los expertos piensan que de aquí a 2020 este tiempo se duplicará. Según el IFOP, el 59% de los franceses se preocupan por el impacto de las pantallas sobre sus hijos, y cerca del 70% reconocen que ellos mismos son dependientes. La conexión con las pantallas va mucho más allá del teléfono. Las estadísticas procedentes de Estados Unidos superan lo imaginable: según la fundación Kaiser Family, los jóvenes esta-

dounidenses consagran cinco horas y media por día a tecnologías relacionadas con el ocio, videojuegos, vídeos en línea y redes sociales y un total de ocho horas diarias al conjunto de sus pantallas conectadas. Un tercio de sus vidas, considerando además que el 22% no tiene ninguna actividad, ni escolar ni profesional, entre los 22 y los 30 años, una cifra que se ha duplicado en quince años.

El tiempo que pasan en la red se traga sus vidas. Un artículo del *Huffington Post* en su edición estadounidense contaba a finales de 2013 la historia de Casey, una jovencita de 14 años que vivía en Nueva Jersey. «Lo que ocurre realmente en el iPhone de un teenager» es el relato de una esclava consciente de serlo: «Me despierto por la mañana y me abalanzo sobre Facebook, solo porque... en fin, no es que quiera hacerlo, simplemente debo hacerlo, es como si me forzaran a hacerlo. No sé por qué, pero lo necesito. Facebook se ha quedado con mi vida». Y Casey sigue consagrando su existencia a alimentar a la bestia formada por sus 580 «seguidores» en Instagram y sus 1.100 «amigos» en Facebook, con el fin de atraer el máximo número de *likes* para cada una de sus contribuciones, ansiosa por obtener al menos 100, consternada al ver que ha conseguido menos que algunas de sus amigas.

Las consultas médicas están atestadas de historias de adolescentes a los que las pantallas han arrebatado la infancia. Viven sus historias de amor como simples convencios del ser amado, que también está conectado y absorbido por la «conversación» social, incapaces de estar juntos sin dejar testimonio del momento a través de una foto o una historia, faltando a la escuela y hundidos en la depresión, que a veces llega hasta el suicidio. Estos relatos apocalípticos, casos excepcionales, en número limitado, no describen el mundo, pero iluminan nuestro futuro con una nueva oscuridad.

Un tuit de @capow, compartido miles de veces desde su primera publicación en 2014, es el espejo de nuestra

época: en el andén de una estación se ve a una veintena de personas, mujeres, hombres, jóvenes y viejos, vestidas para ir a trabajar o salir un rato, con la cabeza inclinada hacia el teléfono, como petrificadas en una posición de sumisión universal. Y en la parte de atrás del andén, un hombre con la cabeza alta, mirando hacia delante. Su diferencia alimenta la inquietud de los comentaristas de la red, que, entre sarcásticos y desesperados, como su autor, se preguntan: «¿Qué le pasa a este tipo? ¿Qué está mirando? ¿El mundo?».

Nuestras patologías son conocidas, ya forman parte del repertorio de trastornos de la personalidad y el comportamiento. Generan nuevas expresiones que representan la añoranza de nuestra libertad perdida. Aquellos de nosotros que evitan el sueño profundo por miedo a perderse una señal de su móvil reciben la calificación de «durmientes centinelas». El hecho de sentir pánico ante el alejamiento, efímero incluso, del teléfono móvil lleva el nombre de nomofobia (*no mobile phone phobia*). El *phnubbing* representa la consulta ostensible del móvil entre compañeros, amigos, amantes y miembros de una misma familia mientras alguien nos está dirigiendo la palabra. Esta palabra es la contracción de los términos *phone*, de teléfono, y *snubbing*, «desprecio». Y es una construcción optimista, ya que formula la hipótesis de una acción voluntaria. La mera observación lleva a la conclusión inversa: el *phnubbing* se ha convertido en un reflejo totalmente inconsciente: la médula espinal ha tomado el control del cerebro. El teléfono móvil nos ha dejado sin médula.

La sociedad digital está formada por un pueblo de drogadictos hipnotizados por la pantalla. Mientras hacíamos paralelismos con los hábitos que habían creado entre nosotros los periódicos, la radio, la televisión, nos deslizábamos sin darnos cuenta desde los hábitos hacia la adicción. Tres

elementos diferenciados definen el fenómeno: la tolerancia, la compulsión y la adicción. La tolerancia consiste en la necesidad que se crea en el organismo de aumentar las dosis con regularidad para obtener la misma satisfacción. La compulsión consiste en la imposibilidad para un individuo de resistir a un deseo. La adicción es la servidumbre, en pensamiento o en acto, respecto a este deseo, que acaba ocupando todo el lugar disponible en nuestra existencia. El mero enunciado de los criterios, junto con la observación de nuestro comportamiento y de nuestro entorno, fuerza el diagnóstico: estamos bajo control.

Y ese control va ampliando su poder, creando aquí y allá fragilidades mentales hasta ahora desconocidas. El Near Future Laboratory, un grupo de trabajo en el que participan médicos y otros expertos, ha podido observar cuatro: el síndrome de ansiedad, la esquizofrenia de perfil, la atazagorafobia y la atenuación.

El síndrome de ansiedad es el más común de estos puntos débiles. Se manifiesta por la necesidad permanente de difundir los diferentes momentos de la existencia, por muy fútiles que sean, en todas las redes. Una historia de Instagram, una foto en Facebook, un tuit. La angustia que la acompaña nace del miedo a no encontrar el momento «adecuado» o la foto «adecuada» para publicar, por temor a que no provoque suficientes reacciones de aprobación, a pesar de los filtros y otras herramientas de edición que permiten magnificar su contenido. Los accidentes de selfi de una persona que se lesiona o se mata tras haber asumido riesgos insensatos para sacar una foto que deje asombrada a toda la red pueden causarnos risa, pero son la manifestación extrema de una ansiedad social compartida. Nuestra existencia telefónica es una vida por persona interpuesta, construida sobre el miedo a desaparecer sin la mirada y la aprobación electrónica de los demás, aunque los demás sean solo perfiles con los que nos cruzamos casualmente a