

Un mundo distraído

La tercera parte de la población mundial ya es 'internauta'. La revolución digital crece veloz. Uno de sus grandes pensadores, Nicholas Carr, da claves de su existencia en el libro *Superficiales*. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes? El experto advierte de que se "está erosionando la capacidad de controlar nuestros pensamientos y de pensar de forma autónoma". Por Bárbara Celis

EL CORREO ELECTRÓNICO parpadea con un mensaje inquietante: "Twitter te echa de menos. ¿No tienes curiosidad por saber las muchas cosas que te estás perdiendo? ¡Vuelve!". Ocurre cuando uno deja de entrar asiduamente en la red social: es una anomalía, no cumplir con la norma no escrita de ser un voraz consumidor de *twitters* hace saltar las alarmas de la empresa, que en su intento por parecer más y más humana, como la mayoría de las herramientas que pueblan nuestra vida digital, nos habla con una cercanía y una calidez que solo puede o enamorarte o indignarte. Nicholas Carr se ríe al escuchar la preocupación de la periodista ante la llegada de este mensaje a su buzón de correo. "Yo no he parado de recibirlos desde el día que suspendí mis cuentas en Facebook y Twitter. No me salí de estas redes sociales porque no me interesen. Al contrario, creo que son muy prácticas, incluso fascinantes, pero precisamente porque su esencia son los micromensajes lanzados sin pausa, su capacidad de distracción es enorme". Y esa distracción constante a la que nos somete nuestra existencia digital, y que según Carr es inherente a las nuevas tecnologías, es sobre la que este autor que fue director del Harvard Business Review y que escribe sobre tecnología desde hace casi dos décadas nos alerta en su tercer libro, *Superficiales*. *Qu est haciendo Internet con nuestras mentes?* (Taurus).

Cuando Carr (1959) se percató, hace unos años, de que su capacidad de concentración había disminuido, de que leer artículos largos y libros se había convertido en una ardua tarea precisamente para alguien licenciado en Literatura que se había dejado mecer toda su vida por ella, comenzó a preguntarse si la causa no sería precisamente su entrega diaria a las multitareas digitales: pasar muchas horas frente a la computadora, saltando sin cesar de uno a otro programa, de una página de Internet a otra, mientras hablamos por Skype, contestamos a un correo electrónico y ponemos un *link* en Facebook. Su búsqueda de respuestas le llevó a escribir *Superficiales...* (antes publicó los polémicos *El gran interruptor*. *El mundo en red*, *de Edison a Google* y *Las tecnologías de la información*). *Son realmente una ventaja competitiva?*, "una oda al tipo de pensamiento que encarna el libro y una llamada de atención respecto a lo que está en juego: el pensamiento lineal, profundo, que incita al pensamiento creativo y que no necesariamente tiene un fin utilitario. La multitarea, instigada por el uso de Internet, nos aleja de formas de pensamiento

que requieren reflexión y contemplación, nos convierte en seres más eficientes procesando información pero menos capaces para profundizar en esa información y al hacerlo no solo nos deshumanizan un poco sino que nos uniformizan". Apoyándose en múltiples estudios científicos que avalan su teoría y remontándose a la célebre frase de Marshall McLuhan "el medio es el mensaje", Carr ahonda en cómo las tecnologías han ido transformando las formas de pensamiento de la sociedad: la creación de la cartografía, del reloj y la más definitiva, la imprenta. Ahora, más de quinientos años después, le ha llegado el turno al *efecto Internet*.

Pero no hay que equivocarse: Carr no

defiende el conservadurismo cultural. Él mismo es un usuario compulsivo de la web y prueba de ello es que no puede evitar *despertar* a su ordenador durante una breve pausa en la entrevista. Descubierta in fraganti por la periodista, esboza una tímida sonrisa, "¡lo confieso, me has cazado!". Su oficina está en su residencia, una casa sobre las Montañas Rocosas, en las afueras de Boulder (Colorado), rodeada de pinares y silencio, con ciervos que atraviesan las sinuosas carreteras y la portentosa naturaleza estadounidense como principal acompañante.

PREGUNTA. Su libro ha levantado críticas entre periodistas como Nick Bilton, responsable del *blog* de tecnología *Bits*

de *The New York Times*, quien defiende que es mucho más natural para el ser humano diversificar la atención que concentrarla en una sola cosa.

RESPUESTA. Más primitivo o más natural no significa mejor. Leer libros probablemente sea menos natural, pero ¿por qué va a ser peor? Hemos tenido que entrenarnos para conseguirlo, pero a cambio alcanzamos una valiosa capacidad de utilización de nuestra mente que no existía cuando teníamos que estar constantemente alerta ante el exterior muchos siglos atrás. Quizás no debamos volver a ese estado primitivo si eso nos hace perder formas de pensamiento más profundo.

P. Internet invita a moverse constantemente entre contenidos, pero precisamente por eso ofrece una cantidad de información inmensa. Hace apenas dos décadas hubiera sido impensable.

R. Es cierto y eso es muy valioso, pero Internet nos incita a buscar lo breve y lo rápido y nos aleja de la posibilidad de concentrarnos en una sola cosa. Lo que yo defiende en mi libro es que las diferentes formas de tecnología incentivan diferentes formas de pensamiento y por diferentes razones Internet alienta la multitarea y fomenta muy poco la concentración. Cuando abres un libro te aíslas de todo porque no hay nada más que sus páginas. Cuando enciendes el ordenador te llegan mensajes por todas partes, es una máquina de interrupciones constantes.

P. ¿Pero, en última instancia, cómo utilizamos la web no es una elección personal?

R. Lo es y no lo es. Tú puedes elegir tus tiempos y formas de uso, pero la tecnología te incita a comportarte de una determinada manera. Si en tu trabajo tus colegas te envían treinta *e-mails* al día y tú decides no mirar el correo, tu carrera sufrirá. La tecnología, como ocurrió con el reloj o la cartografía, no es neutral, cambia las normas sociales e influye en nuestras elecciones.

P. En su libro habla de lo que perdemos y aunque mencione lo que ganamos apenas toca el tema de las redes sociales y cómo gracias a ellas tenemos una herramienta valiosísima para compartir información.

R. Es verdad, la capacidad de compartir se ha multiplicado aunque antes también lo hacíamos. Lo que ocurre con Internet es que la escala, a todos los niveles, se dispara. Y sin duda hay cosas muy positivas. La Red nos permite mostrar nuestras creaciones, compartir nuestros pensamientos, estar en contacto con los amigos

De los móviles a las tabletas

Por Adrián Segovia

FACEBOOK ha conectado a casi seiscientos millones de personas en todo el mundo. Hace dos años una de las noticias era el número de mensajes que desde el teléfono móvil nos enviábamos por el nuevo año. Ahora preferimos las redes sociales, con un alcance superior al 70% sobre el total de la población en países como Estados Unidos. Los mensajes ya no son cosa de las operadoras, sino de Twitter, que procesa 60 millones de mensajes al día, conocidos como *tuits*. Trescientas mil personas se registran al día en este sitio web, que ya cuenta con más de 110 millones de usuarios inscritos. Da igual desde dónde te conectes, porque en cualquier tipo de dispositivo tienes la opción de utilizar su servicio. Internet ya no es cosa de ordenadores.

Pero Internet no es sólo un arma de comunicación que ha transformado nuestros hábitos. También es creación. La Red alberga alrededor de 120 millones de *blogs* abiertos, pero no todos mantienen los mismos niveles de actualización y perseverancia en sus *posts*. Con todo, algunas fuentes dicen que aún se crean entre 120.000 y 130.000 bitácoras nuevas al día. Subyace la idea de que la gente tiene ganas de crear, algo que decir y nunca antes lo había tenido tan fácil para hacerlo público. No todo es arte, pero desde el momento en el que alguien te sigue, te lee, ya tienes un público. Las barreras de generación de contenidos se han reducido a

la mínima expresión. La reconversión industrial de muchos sectores está seruida. Ahora el que crea eres tú.

Caminamos hacia los 2.000 millones de internautas. Casi un 30% de la población mundial estimada. Cifras que aumentarán rápidamente por el uso de Internet en los móviles y la venta de nuevos dispositivos. Si hace cuatro años en España ya había más móviles que personas, en 2011 tocaremos a una media de más de tres por persona. En España, la mitad de los poseedores de móviles de entre 15 y 35 años navega habitualmente con su terminal.

Un nuevo dispositivo, las llamadas tabletas, promete comerse el mercado a razón de 4,5 millones de unidades vendidas por trimestre. Además, existe un mercado colindante para la descarga de aplicaciones, ya son más de 150.000 disponibles. Vienen nuevos fabricantes para cubrir el nuevo segmento creado por Apple. Un *geek* de nueva generación crea una "necesidad de consumo" que sólo Steve Jobs pudo detectar. Es lo que diferencia a los genios, la capacidad de crear de la inexistencia.

Vemos a diario 1.900 millones de vídeos en YouTube se descargan millones de libros, películas, música (no necesariamente el término descarga implica hacerlo de manera ilícita), se generan miles de contenidos, subimos millones de fotos a Facebook y nos comunicamos públicamente en nuevas plataformas. Nuestro cerebro no está cambiando. Se ha modificado por completo y ya no dejará de adaptarse a los cambios cada vez más veloces. ●

Pasa a la **página siguiente**

Viene de la **página anterior**

y hasta nos ofrece oportunidades laborales. No hay que olvidar que la única razón por la que Internet y las nuevas tecnologías están teniendo tanto efecto en nuestra forma de pensar es porque son útiles, entretenidas y divertidas. Si no lo fueran no nos sentiríamos tan atraídos por ellas y no tendrían efecto sobre nuestra forma de pensar. En el fondo, nadie nos obliga a utilizarlas.

P. Sin embargo, a través de su libro usted parece sugerir que las nuevas tecnologías merman nuestra libertad como individuos...

R. La esencia de la libertad es poder escoger a qué quieres dedicarle tu atención. La tecnología está determinando esas elecciones y por lo tanto está erosionando la capacidad de controlar nuestros pensamientos y de pensar de forma autónoma. Google es una base de datos inmensa en la que voluntariamente introducimos información sobre nosotros y a cambio recibimos información cada vez más personalizada y adaptada a nuestros gustos y necesidades. Eso tiene ventajas para el consumidor. Pero todos los pasos que damos *online* se convierten en información para empresas y Gobiernos. Y la gran pregunta a la que tendremos que contestar en la próxima década es qué valor le damos a la privacidad y cuánta estamos dispuestos a ceder a cambio de comodidad y beneficios comerciales. Mi sensación es que a la gente le importa poco su privacidad, al menos esa parece ser la tendencia, y si continúa siendo así la gente asumirá y aceptará que siempre están siendo observados y dejándose empujar más y más aún hacia la sociedad de consumo en detrimento de beneficios menos mensurables que van unidos a la privacidad.

P. Entonces... ¿nos dirigimos hacia una sociedad tipo Gran Hermano?

R. Creo que nos encaminamos hacia una sociedad más parecida a lo que anticipó Huxley en *Un mundo feliz* que a lo que describió Orwell en 1984. Renunciaremos a nuestra privacidad y por tanto reduciremos nuestra libertad voluntaria y alegremente, con el fin de disfrutar plenamente de los placeres de la sociedad de consumo. No obstante, creo que la tensión entre la libertad que nos ofrece Internet y su utilización como herramienta de control nunca se va a resolver. Podemos hablar con libertad total, organizarnos, trabajar de forma colectiva, incluso crear grupos como Anonymous pero, al mismo tiempo, Gobiernos y corporaciones ganan más control sobre nosotros al seguir todos nuestros pasos *online* y al intentar influir en nuestras decisiones.

P. Wikipedia es un buen ejemplo de colaboración a gran escala impensable antes de Internet. Acaba de cumplir diez años...

R. Wikipedia encierra una contradicción muy clara que reproduce esa tensión inherente a Internet. Comenzó siendo una web completamente abierta pero con el tiempo, para ganar calidad, ha tenido que cerrarse un poco, se han creado jerarquías y formas de control. De ahí que una de sus lecciones sea que la libertad total no funciona demasiado bien. Aparte, no hay duda de su utilidad y creo que ha ganado en calidad y fiabilidad en los últimos años.



Nicholas Carr, autor de *Superficiales*. Foto: C. McPherson

“Aún no somos conscientes de todos los cambios que van a ocurrir cuando realmente el libro electrónico sustituya al libro”

P. ¿Y qué opina de proyectos como Google Books? En su libro no parece muy optimista al respecto...

R. Las ventajas de disponer de todos los libros *online* son innegables. Pero mi preocupación es cómo la tecnología nos incita a leer esos libros. Es diferente el acceso que la forma de uso. Google piensa en función de *snippets*, pequeños fragmentos de información. No le interesa que permanezcamos horas en la misma página porque pierde toda esa información que le damos sobre nosotros cuando navegamos. Cuando vas a Google Books aparecen iconos y *links* sobre los que pinchar, el libro deja de serlo para con-



“La multitarea, instigada por el uso de Internet, nos convierte en seres más eficientes procesando información, pero

vertirse en otra web. Creo que es ingenuo pensar que los libros no van a cambiar en sus versiones digitales. Ya lo estamos viendo con la aparición de vídeos y otros tipos de *media* en las propias páginas de Google Books. Y eso ejercerá presión también sobre los escritores. Ya les ocurre a los periodistas con los titulares de las informaciones, sus noticias tienen que ser *buscables, atractivas*. Internet ha influido en su forma de titular y también podría cambiar la forma de escribir de los escritores. Yo creo que aún no somos conscientes de todos los cambios que van a ocurrir cuando realmente el libro electrónico sustituya al libro.

P. ¿Cuánto falta para eso?

R. Creo que tardará entre cinco y diez años.

P. Pero aparatos como el Kindle permiten leer muy a gusto y sin distracciones...

R. Es cierto, pero sabemos que en el mundo de las nuevas tecnologías los fabricantes compiten entre ellos y siempre aspiran a ofrecer más que el otro, así que no creo que tarden mucho en hacerlos más y más sofisticados, y por tanto con mayores distracciones.

P. El economista Max Otte afirma que pese a la cantidad de información disponible, estamos más desinformados que

Palabras sobre la Red

Por José Antonio Millán

SIGUEN APARECIENDO publicaciones que responden desde el mundo del libro a cuestiones suscitadas por las tecnologías digitales (Internet, pero también el móvil). Aunque la velocidad de las transformaciones casa mal con el lento tempo editorial, estas novedades reflejan las preocupaciones que se suscitan y los distintos modos de abordarlas. *Ontología de la distancia* es una recopilación de catorce ensayos filosóficos, originados en un congreso, que abordan el teléfono móvil y otras virtualidades (Maurizio Ferraris, también presente en el volumen: publicó en 2005 *Dónde está? Ontología del teléfono móvil*; edición española Marbot, 2008). No sorprenderá que sus autores, procedentes de diversas escuelas y geografías, ofrezcan todo un abanico de aproximaciones: desde el rigor de Peter Sloterdijk al seductor análisis de Ángel Gabilondo, que parte de las fórmulas de responder al teléfono: el imperativo “dígame” o el dubitante “¿sí?”. Temas recurrentes en el volumen son el estatuto del

cuerpo, de sus prótesis y la ausencia. El filólogo francés Milad Doueihi quiere en *La gran conversión digital* aportar al debate digital una voz del campo de las humanidades, aunque, la verdad sea dicha, tampoco escasean. Analiza fenómenos como los *blogs*, asimilándolos a alguno de los modelos del pasado: la ciudad griega o la romana, o analizándolos en clave religiosa: ortodoxia/heterodoxia. Lo más interesante del libro es la dilucidación de la “alfabetización digital” a lo largo de muy distintas plataformas, aunque, como suele ocurrir, la necesidad de explicar cómo funcionan a un público que no las conoce consume parte de las energías del autor. Max Otte, alemán activo en Estados Unidos, publicó acertadamente en 2006 *Que viene la crisis!* En *El crash de la información* analiza, en el sector financiero y del consumo, las maniobras para desinformar a los ciudadanos: a través del “etiquetado falso”, pero sobre todo mediante la sobreabundancia informativa (como la variedad de tarifas telefónicas). ¿Será la Red un aliado de los consumidores? Parece que no: los sitios que se ofrecen para clarificar, sea inversiones en Bolsa

o tarifas eléctricas, acaban siendo juguetes en manos de las compañías. Las tecnologías digitales están posibilitando el contacto directo con el cliente (sea con cajeros automáticos o webs de venta de billetes), lo que permite ahorro de personal... e indefensión del comprador ante cualquier eventualidad. Por su postura crítica y la información que maneja, este libro para lectores no especialistas es claramente recomendable. *Guerra en la Red*, escrito por Richard Clarke, responsable de seguridad de cuatro presidentes americanos, expone lo que realmente es un “nuevo campo de batalla”: los ciberataques, que pueden afectar a la industria, la energía o las comunicaciones de un país (“en estos días los aviones... son todos un manojito de *software* que por casualidad vuelan por el aire. Líate con el *software* y el avión deja de volar”). La obra compara adecuadamente la situación actual de ataques digitales y desarrollo de contramedidas con la ocurrida durante la guerra fría, con lo que finalmente se expone la implicación geopolítica de una Red teóricamente sin fronteras. *Socialnets*, del especialista en *e-learning* José Antonio

Redondo, es una obra práctica dirigida a un lector ya activo en la Red (al que tutea). La primera parte expone con claridad la historia de las redes sociales, que se remonta a 1997, abordando tanto las generales (Facebook) como profesionales (LinkedIn). Se analiza la tipología de los usuarios, desde los pasivos a los que más intervienen, para acabar con las aplicaciones (aprendizaje, gestión del yo como marca), y unas páginas de consejos prácticos. Siguiendo la ideología imperante, la actitud general es a priori a favor del uso de las redes en el aprendizaje y los negocios, aunque se señalan algunos de los problemas del medio (privacidad, *ruído*). •

Ontología de la distancia. G. Aranzueque (coordinador). Abada. Madrid, 2010. 400 páginas. 19 euros. *La gran conversión digital*. Milad Doueihi. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires, 2010. 232 páginas. 17 euros. *El crash de la información*. Max Otte. Ariel. Barcelona, 2010. 348 páginas. 21 euros. *Guerra en la Red*. Richard A. Clarke y Robert K. Knake. Ariel. Barcelona, 2011. 368 páginas. 21 euros. *Socialnets*. José Antonio Redondo. Península. Barcelona, 2010. 176 páginas. 20,95 euros.



menos capaces para profundizar en esa información”, afirma Nicholas Carr. Foto: Campus Party celebrado en São Paulo a mediados de este mes. Reuters

Benditos los ignotos

Por Juan Antonio González Iglesias

“Heil den unbekanntem”
Goethe, *Das Göttliche*

Benditos los ignotos,
los que no tienen página
en internet, perfil
que los retrate en facebook,
ni artículo que hable
de ellos en wikipedia.
Los que no tienen blog.
Ni siquiera correo
electrónico, todo
les llega, si les llega,
con un ritmo más lento.
Tienen pocos amigos.
No exponen sus instantes.
No desgastan las cosas
ni el lenguaje. Network
para ellos es malla
que detiene la plata de los peces.
Benditos los que viven
como cuando nacieron
y pasan la mañana oyendo el olmo
que creció junto al río
sin que nadie
lo plantara.
Benditos los ignotos
los que tienen
todavía
intimidad.

Juan Antonio González Iglesias (Salamanca, 1964) es profesor titular de Filología Clásica e Indoeuropea en la Universidad de Salamanca. Su último poemario es *Del lado del amor. Poesía reunida 1994-2009* (Visor).

nunca y eso está contribuyendo a acercarnos a una forma de neofeudalismo que está destruyendo las clases medias. ¿Está de acuerdo?

R. Hasta cierto punto, sí. Cuando observas cómo el mundo del *software* ha afectado a la creación de empleo y a la distribución de la riqueza, sin duda las clases medias están sufriendo y la concentración de la riqueza en pocas manos se está acentuando. Es un tema que toqué en mi libro *El gran interruptor*. El crecimiento que experimentó la clase media tras la II Guerra Mundial se está revirtiendo claramente.

P. Internet también ha creado un nuevo

fenómeno, el de las microcelebridades. Todos podemos hacer publicidad de nosotros mismos y hay quien lo persigue con ahínco. ¿Qué le parece esa nueva obsesión por el yo instigado por las nuevas tecnologías?

R. Siempre nos hemos preocupado de la mirada del otro, pero cuando te conviertes en una creación mediática —porque lo que construimos a través de nuestra persona pública es un personaje—, cada vez pensamos más como actores que interpretan un papel frente a una audiencia y encapsulamos emociones en pequeños mensajes. ¿Estamos perdiendo por ello riqueza emocional e intelectual? No lo sé. Me da miedo

que poco a poco nos vayamos haciendo más y más uniformes y perdamos rasgos distintivos de nuestras personalidades.

P. ¿Hay alguna receta para salvarnos?

R. Mi interés como escritor es describir un fenómeno complejo, no hacer libros de autoayuda. En mi opinión, nos estamos dirigiendo hacia un ideal muy utilitario, donde lo importante es lo eficiente que uno es procesando información y donde deja de apreciarse el pensamiento contemplativo, abierto, que no necesariamente tiene un fin práctico y que, sin embargo, estimula la creatividad. La ciencia habla claro en ese sentido: la habilidad de concentrarse en

una sola cosa es clave en la memoria a largo plazo, en el pensamiento crítico y conceptual, y en muchas formas de creatividad. Incluso las emociones y la empatía precisan de tiempo para ser procesadas. Si no invertimos ese tiempo, nos deshumanizamos cada vez más. Yo simplemente me limito a alertar sobre la dirección que estamos tomando y sobre lo que estamos sacrificando al sumergirnos en el mundo digital. Un primer paso para escapar es ser conscientes de ello. Como individuos, quizás aún estemos a tiempo, pero como sociedad creo que no hay marcha atrás. ●

Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes? Nicholas Carr. Traducción de Pedro Cifuentes. Taurus. Madrid, 2011. 344 páginas. 19,50 euros. www.nicholasgarr.com.

Nuevas formas de arte

Por Estrella de Diego

AUNQUE HACE bastante que el Net.Art ha dejado de ser un *trending topic* —tema caliente de discusión en la Red—, no cabe duda de que tuvo un momento en el cual planteó algunas cuestiones que siguen vigentes y que han influido incluso en obras actuales fuera del circuito estricto del Net-Art. De hecho, el Net. Art, planteado específicamente para la Red a menudo como medio de exploración de los límites éticos, tecnológicos o políticos del medio referido no sólo a la creación artística, tomaba como punto de partida el enorme potencial de comunicación entre artista y espectador, proponiendo un tipo de trabajo abierto que tambaleaba la esencia misma del autor único tal y como lo entiende nuestra cultura. Propuesta de obras quebradas, identidades nómadas, cuerpos recosidos, eran algunas de las cuestiones que abordaban los trabajos en la Red, poniendo sobre el tapete las propias prácticas sociales y sus modos de control del individuo, atrapado entre páginas web y datos

hechos públicos para el banco, el Estado, su proveedor de libros... Se trataba, además, de trabajos que adquirirían su sentido en la pantalla casera, una nueva forma de socialización; proyectos que al cabo desaparecían o se transformaban, si bien los “clásicos” terminaban por identificarse. Pese a todo, se daba a veces el contrasentido de organizar muestras de Net.Art, cayendo la propuesta en la trampa de la cual estaba huyendo: la lógica del sistema que a través de la figura de un comisario “seleccionaba” para el usuario las páginas que debía visitar y que visitaba desde los ordenadores en la sala de exposición. Quién sabe si no fueron estas propuestas las que debilitaron el movimiento que, aunque aún activo, tiene quizás un recorrido más corto de lo que prometía. En todo caso, está claro que la Red y sus usos han modificado por completo el mundo del arte, empezando por las visitas virtuales a los grandes museos, siguiendo por la facilidad para encontrar casi cualquier imagen en Internet, y terminando por una cuestión ética que se planteaba en 1990, momento de un incipiente uso del Photoshop y hasta del

envío por Internet de imágenes, ahora tan corriente que cualquiera puede hacerlo desde su móvil. Fred Ritchin se preguntaba entonces hasta dónde estar seguro de la veracidad de una imagen fotográfica si unos cambios apenas perceptibles se podían ha-

¿Hay algo más real que lo que ocurre 'online' observado, además, en directo?

cer sin mayor trascendencia y qué pasaría si en cada nuevo envío se llevara a cabo otra pequeña transformación. Cuál era, en pocas palabras, la imagen “real”, la matriz auténtica. Tal vez ese es el gran reto que el hecho artístico, parte de cuyo prestigio se basa en

la originalidad frente a la copia, tiene ahora en los usos que propone Internet. Tratar de dilucidar si esa obra es así o está modificada no es tarea fácil..., pero es fascinante y hasta borgiana. Igual que el *Quijote* de Pierre Menard, por el hecho mismo de estar en la Red, la imagen modificada adquiere su estatus de realidad, porque ¿hay algo más real que lo que ocurre *online* observado, además, en directo? Esta nueva forma de acercarse al arte se ha puesto de manifiesto en los últimos acontecimientos en la vida de Weiwei, el artista chino disidente a quien las autoridades locales volaban la casa argumentando que se trataba de un edificio ilegal. Un espectador próximo a la devastadora operación sacaba unas fotos que se subían a Internet y que, como la pólvora, permitían ver lo que ocurría en tiempo real. Pero, y ahí radica la aporía, ¿era esa la casa de Weiwei, a quien por otra parte la mayoría de nosotros conocemos a través de su popular *blog*? ¿Acaso importa? La realidad “real”, al menos en lo visual, debe empezar a hacerse preguntas diferentes de las tradicionales. El pasado ya no sirve. No sirve de nada. ●