

## SÍSIFO EN LA ERA DE LA INFORMACIÓN

Israel V. Márquez<sup>1</sup>

### Resumen

El artículo aborda algunos de los problemas relacionados con la sociedad de la información y del conocimiento relacionándolos con el mito de Sísifo. Esta figura mitológica reaparece hoy día asociada a esfuerzos como los destinados a hacer frente al exceso y abundancia de información en la web y de mensajes en el correo electrónico mediante el desarrollo de nuevas herramientas y aplicaciones que persiguen facilitar su gestión y almacenamiento por parte de los usuarios. Así mismo, se observa también en los esfuerzos de generaciones y generaciones de padres que intentan alcanzar el saber y la pericia tecnológica de sus hijos, convertidos en los “nativos” y “escribas” del mundo digital al haber nacido inmersos en él. Sin embargo, tal y como se explica en el artículo, el sentido de estos esfuerzos está destinado en gran medida al absurdo porque, como muy bien sabemos, la tecnología se desarrolla mucho más rápido de lo que nosotros la aprendemos y siempre se halla por delante de nuestros esfuerzos y movimientos por alcanzarla, lo que convierte todo este derroche de impulsos y energías en un trabajo de Sísifo.

### Palabras clave

Sísifo, sobrecarga de información, correo electrónico, nativos/inmigrantes digitales.

### Abstract

The article focuses on some of the problems associated with the information and knowledge society relating them to the myth of Sisyphus. This mythological figure reappears today associated with efforts to cope with the excess and information overload on the web and e-mail messages through the development of new tools and applications that seek to facilitate their management and storage for users. It is also seen in the efforts of generations of parents trying to achieve the knowledge and technological expertise of their children, turned into the "natives" and "scribes" of the digital world in that they are immersed. However, as explained in the article, the meaning of these efforts is intended largely to absurd because, as we all know, technology is developing much faster than we learn it and it is always ahead of our efforts by attain it, turning all this waste of impulses and energies in a Sisyphean work.

### Keywords

Sisyphus, information overload, email, natives / digital immigrants.

## Introducción

Cuando se hallaba en su lecho de muerte, próximo a exhalar su último suspiro, Sísifo llamó a su mujer a la cabecera de su cama y le pidió como gracia especial que no enterrara su cuerpo. Murió y su viuda cumplió prudentemente dicha encomienda. Pero nada más llegar a los infiernos, Sísifo se quejó a Hades de que su esposa negaba a su cuerpo la debida sepultura y solicitó su permiso para volver a la tierra y aplicarle el castigo conveniente. Hades le concedió dicho permiso a condición de que no se detuviera allí mucho tiempo y regresara pasados unos días. Pero cuando estuvo de nuevo en la tierra, Sísifo se jactó del éxito de su embuste y reveló a los suyos su firme propósito de no volver a los infiernos. Fue preciso entonces recurrir a la fuerza y Hermes se encargó de agarrarlo por el cuello y conducirlo nuevamente al reino de Hades, quien le condenó a empujar eternamente un peñasco enorme hasta la cima de una montaña, desde donde la piedra volvía a caer por su propio peso. Al obligarle a este movimiento interminable, los dioses pensaron que no hay castigo más terrible y cruel que el trabajo inútil y sin esperanza.

Albert Camus se valió de la figura de Sísifo y del brutal castigo al que se vio sometido para desarrollar la idea del absurdo en su conocido ensayo *El mito de Sísifo*. Para Camus, Sísifo es el héroe absurdo por excelencia, ya que su desprecio de los dioses, su odio a la muerte y su pasión por la vida le valieron ese castigo y ese suplicio espantoso y aterrador en el cual todo el ser se dedica a no rematar nada, a no alcanzar ni lograr nada: suplicio que se traduce en una sola imagen mítica que proyecta “todo el esfuerzo de un cuerpo tenso para levantar la enorme piedra, empujarla y ayudarla a subir por una pendiente cien veces recomenzada” (Camus, 2006: 157). Lo trágico de este mito reside en que su héroe es consciente: sabe que no hay esperanza, sabe que nunca va a lograr alcanzar la cima de la montaña y que la roca siempre va a caer por su propio peso, pero aún así sigue intentándolo, cien veces, mil veces, un millón de veces...

El cineasta Werner Herzog se sirvió también de este mito para su película *Fitzcarraldo* (1982), donde cuenta la historia de un aventurero irlandés cuyo sueño es construir un gran teatro de ópera en Iquitos. Para realizar su plan debe transportar un gran barco fluvial de unas doscientas toneladas fuera del agua por encima de un monte, para lo cual cuenta con la ayuda de un gran número de nativos. La epopeya de subir y bajar el barco por la montaña actúa como una metáfora selvático-fluvial del mito de Sísifo, donde la

roca de éste ha sido sustituida por el barco de Fitzcarraldo, que no logra nunca conseguir su propósito.<sup>2</sup>

Estos son sólo algunos ejemplos de la importancia que este mito ha tenido (y tiene) en el mundo de las artes y las letras. La imagen de Sísifo, la imagen de ese esfuerzo inútil por coronar una cima destinada a no coronarse nunca jamás, reaparece hoy día en nuestra sociedad de la información y del conocimiento asociada a esfuerzos como los destinados a hacer frente a la *selva informacional* de la web mediante programas, aplicaciones y actualizaciones que persiguen facilitar nuestro tránsito a través de ella. Sin embargo, tales esfuerzos están destinados de antemano al absurdo porque, como muy bien sabemos, la tecnología se desarrolla más rápido de lo que nosotros la aprendemos y siempre se halla por delante de nuestros esfuerzos y movimientos por alcanzarla. Lo que sigue es un intento de rastrear la figura de Sísifo en algunas de las prácticas, usos y discursos que caracterizan nuestra sociedad de la información, haciendo especial hincapié en el problema de la sobrecarga de información.

### **La sobrecarga de información y la web**

Como sabemos, las TIC han multiplicado de manera exponencial la masa de informaciones disponibles. Aproximadamente desde mediados de la década de 1990 hemos vivido un período de expansión de la información incomparable que continúa hoy día con una cantidad de información disponible en línea que no para de crecer. Esto es fascinante e inquietante a la vez. Fascinante porque Internet ha democratizado enormemente la información permitiendo a muchas personas acceder a todo tipo de informaciones y difundir sus propias opiniones y pensamientos a escala mundial. Inquietante, porque la fascinación que ejerce Internet y el libre acceso a la información plantea problemas en relación a cómo discriminar, verificar y hacer frente a tal cantidad de datos e informaciones almacenados en la vasta red.

Surge entonces un problema de sobrecarga de información provocado por los miles de millones de páginas web que habitan el ciberespacio y que reclaman una atención que nos desborda y excede nuestras posibilidades de procesamiento. Como recuerda Steven Johnson (2003: 97), “hay límites para la cantidad de información que nuestros cerebros pueden manejar en un momento dado”. De ahí la necesidad de herramientas como las

*interfaces visuales* en los escritorios de nuestros ordenadores, porque la enorme cantidad de información almacenada en el disco duro excede con mucho la capacidad de almacenamiento de la mente humana. De ahí también el desarrollo de *portales* y *motores de búsqueda* en un espacio tremendamente desordenado como el de la web, donde el desorden crece en paralelo al volumen de información general:

Yahoo y Google funcionan, en cierta forma, como antídotos fabricados por el hombre para el caos natural de la Web, un intento pensado para proporcionar estructura en un sistema incapaz de generar estructura por sí mismo. Ésta es la consabida paradoja de la Web: cuanta más información fluye en sus reservados, más difícil es encontrar algo en ese mar de información (Johnson, 2003: 105).

Johnson compara el universo de documentos de la web con una ciudad donde cada documento representaría un edificio en el espacio. La ciudad de la web resulta ser mucho más anárquica que cualquier ciudad del mundo real. La ciudad de la web sería simplemente una masa de datos indiferenciada que se hace más compleja y confusa con cada nuevo documento (edificio) que se levanta, sobrecargando cada vez más nuestros sentidos y generando una mayor ansiedad ante tal profusión de posibilidades.

Autores como Simmel o Benjamin ya nos advirtieron sobre las consecuencias de la ciudad moderna para la *experiencia* y la *sensibilidad* humanas. La ciudad tensa el sistema nervioso humano al extremo y lo conduce a un estado de sobrecarga sensorial que se traduce en complejidad y confusión. Al mismo tiempo, le enseña una nueva serie de reflejos y le abre el camino para una serie de valores estéticos complementarios a los que termina adaptándose y familiarizándose. Para Benjamin, al igual que las entonces nuevas tecnologías de reproducción (fotografía, fonografía, cine), la ciudad, sus calles, sus fábricas, sus gentes y sus cuerpos -así como la aceleración del tráfico y el ritmo de transmisión de noticias-, incidía y conformaba el *sensorium*, esto es, el conjunto de procesos de sensación, percepción e interpretación de información respecto del mundo, hasta el punto de transformar la experiencia social, estética, corporal y afectiva de cada uno.

La ciudad de la web lleva estas transformaciones al extremo al ser su ritmo mucho más acelerado y la cantidad de información y estímulos almacenados (el tráfico) muy superior al de la ciudad del mundo real. Si la multitud y el ruido eran en la ciudad moderna algo a lo que uno se arrojaba por pura poesía, como una forma más de experiencia estética, ahora navegamos en esta *poesía de la complejidad y la abundancia*

como *flâneurs* digitales en una ciudad donde los escaparates de datos y documentos son fuente de sobrecarga sensorial, estética e informacional que transforma el *sensorium* y otorga más caos a un espacio ya de por sí caótico. De ahí la necesidad de esas herramientas que señalábamos antes, herramientas que supuestamente nos ayudan a digerir una pléthora que no para de crecer y hacerse cada vez más confusa; tan confusa, de hecho, que los cartógrafos (Yahoos y Googles del mundo) generan casi tanto interés como la ciudad misma (Johnson, 2003: 105). Y es aquí donde Sísifo entra en escena.

Los esfuerzos destinados al desarrollo de estos *cartógrafos de la ciudad de la web* tienen mucho de sisíficos. Las interfaces visuales del escritorio, los portales, los marcadores (o *bookmarks*) y los motores de búsqueda, fueron los primeros elementos que permitieron aportar una respuesta a la dificultad creciente de acceder y estructurar la ingente masa de datos y de informaciones. “La primera generación de sitios web”, señalan Pisani y Piotet (2009: 80), “consistía en páginas estáticas, que proponían contenidos a los que se accedía navegando de un enlace a otro, o con la ayuda de motores de búsqueda. Posteriormente, con el aumento irresistible de las páginas de búsqueda de datos, esto se convirtió en un calvario”. Los mismos autores reconocen el carácter en gran medida absurdo de herramientas como los marcadores o favoritos, los cuales constituyen una especie de biblioteca acumulada durante nuestras navegaciones que permite guardar en la memoria y clasificar nuestras páginas favoritas para volver después a ellas de forma rápida y fácil. El problema es que estos marcadores no tardan en formar “una masa de referencias, de títulos y de enlaces sin verdadero sentido. Aunque las organizamos y las volvemos a organizar, el acceso a datos recientes es un trabajo de Sísifo” (Pisani y Piotet, 2009: 81).

Muchos han visto en las nuevas herramientas de la web 2.0 una posible solución a este esfuerzo de organización y estructuración de los datos cien veces recommenzado. Estas herramientas se basan en la dinámica relacional y en la lógica participativa y colaborativa propia de la web 2.0 y se apoyan en la comunidad de usuarios de la web para resolver los problemas relacionados con la organización de la información. Surgen así herramientas como el “etiquetado social” o *tagging*, esto es, el sistema por el que cualquier usuario puede marcar contenidos o páginas web con sus propias palabras clave (etiquetas; *tag* en inglés). El *tag* es la palabra clave del usuario en oposición a la palabra clave del motor de búsqueda, y refleja su manera de calificar y clasificar su propia información. Cada usuario puede así compartir su catalogación con las que han

hecho el resto de usuarios del sistema, por lo que la indexación y clasificación de contenidos adquiere una dimensión social dinámica que no tenía en la web anterior. De la interacción de las “etiquetas” realizadas por los distintos usuarios se desprende un tipo particular de inteligencia colectiva denominada *folksonomía*, neologismo formado por las palabras *folk* (popular) y taxonomía. La *folksonomía* sería entonces la clasificación realizada por los usuarios cuando etiquetan los contenidos o páginas web y comparten esos *tags*.

Como vemos, aplicaciones como éstas destacan más por su carácter social y colaborativo que por su posible solución al problema de la organización y estructuración de la información. Hay que tener en cuenta que estas herramientas nacen en un entorno como el de la web 2.0, donde el número de datos disponibles es muy superior al de la web anterior, ya que ahora el usuario produce tanta o más información que los autores y medios tradicionales y el número de estímulos crece vertiginosamente, siendo cada vez más fácil y más barato crearlos, publicarlos, difundirlos y modificarlos.

Estas herramientas sirven como modelo colaborativo de organización de la información en un espacio que potencia la relación entre los usuarios, pero el acceso y la organización de datos recientes sigue siendo un trabajo de Sísifo ya que los contenidos de medios, *blogs*, páginas web, redes sociales, etc. no cesan de aumentar y almacenarse en el ciberespacio. Este crecimiento exponencial genera un desorden que hay que organizar y estructurar continuamente, lo que supone un esfuerzo en gran medida absurdo e inútil, pues las informaciones y los contenidos (como el conjunto de la tecnología) siempre van a ir por delante de nuestros movimientos por alcanzarla y catalogarla. Como la roca de Sísifo, la organización de los contenidos cae por su propio peso y se pierde en el limbo de la web, que acoge todo el esfuerzo y energía de esos miles de usuarios que quieren lograr un objetivo que nunca alcanzaran pero que insisten en recomenzar, motivados una y otra vez por las nuevas herramientas, modas y discursos del ciberespacio. Así, como recuerda Alfons Cornella:

Por mucha tecnología que definamos o que construyamos en los próximos años para resolver este problema del exceso de información, probablemente no resolveremos este problema, porque la información se multiplicará de manera mucho más rápida que la capacidad que tenemos de generar tecnología para manejar este flujo de información en exceso (Cornella, 2000)

## La sobrecarga de información y el correo electrónico

Se dice y se repite continuamente que el correo electrónico es lo mejor de Internet. Se afirma también que la tecnología de banda ancha, con su ADSL o sus módems por cable contribuyen a ensanchar la “brecha digital”, mientras que el correo electrónico, con su baja tecnología, pone a todo el mundo en posiciones de igualdad y da un poder a aquellos que menos acceso tienen a la tecnología. Estos discursos optimistas forman parte de una especie acuerdo general global que sólo ve las maravillas del correo electrónico. Sin embargo, esta línea de pensamiento no se plantea preguntas sobre lo que está pasando en realidad con el correo electrónico y el problema de la sobrecarga de información.

Cuando pensábamos en el correo electrónico, en los teléfonos móviles, en los ordenadores portátiles, en los localizadores, etc., pensábamos en una vida menos complicada y más cómoda, ya que, como nos recordara Ortega, lo propio de la técnica es hacer del *estar* del hombre en el mundo un completo *bienestar*. Sin embargo, la tecnología se ha infiltrado en cada aspecto de nuestras vidas y nos enfrentamos a diario con mucha más información que la persona promedio de cualquier época anterior. La realidad es que tenemos mucha más información de la que podemos manejar, lo que conduce a una situación de angustia y ansiedad que no es ya un problema tecnológico sino de orden cultural, psicológico y sociológico. Se trata de lo que Cornella (2000; 2005) ha caracterizado como “intoxicación informacional” o “infoxicación”, esto es, la imposibilidad de digerir la enorme cantidad de datos, informaciones y correos que recibimos periódicamente, puesto que nuestra capacidad de atención no crece a la velocidad que sí lo hace la cantidad de información que se difunde, se almacena y se actualiza cada día. Cornella resume esta contradicción de la manera siguiente:

El *ancho de banda*, en términos genéricos de cantidad de información que recibes por unidad de tiempo, no parará de crecer. Los estímulos crecen descontroladamente. Es cada vez más barato enviar bits. Pero la variable humana informacionalmente crítica, que es la *atención*, es justamente la opuesta al ancho de banda: la cantidad de tiempo que podemos dedicar es cada vez menor porque debemos repartir la cantidad *finita* de tiempo del que disponemos a más elementos de información. Nuestra atención es “el” recurso escaso (Cornella, 2005)

El término “infoxicación” para referirse a la ansiedad y fatiga inducidas por la enorme cantidad de información disponible en la web es acertado pero la idea no es nueva. Ya

en la década de 1980, Gregory y Mary Catherine Bateson, en uno de sus famosos metáforas, prevenían sobre el problema de la toxicidad en biología y en la información:

Padre: La franqueza y la divulgación son cosas que pueden resultar excesivas. Recuerda que en biología todo puede llegar a ser tóxico más allá de cierto punto óptimo.

Hija: Sí, pero... Ninguno de nosotros está hablando de la cantidad. No deseo tener cada vez más y más información...Por cierto que el exceso de información es una especie de toxicidad y el hecho de que todo el mundo sepa lo mismo podría crear un tipo tóxico de uniformidad (Bateson y Bateson, 2000: 92).

Lo mismo que en biología ocurre en física con el denominado efecto de masa crítica, es decir, ese punto o línea “más allá de la cual se dibuja la catástrofe de todo sistema en expansión y que, a fuerza de crecimiento exponencial, pasa más allá de su propio fin”, lo que conduce a una situación que ya no es de crecimiento, “sino de excrecencia y saturación, que se resume en el hecho de que hay demasiado” (Baudrillard, 2008: 187). La infoxicación, por tanto, no sería más que la aplicación de los niveles críticos propios de la física y la biología a la información, más allá de los cuales se llega a una situación de saturación excesiva que resulta cuanto menos tóxica.

El correo electrónico no escapa a esta toxicidad informacional y el esfuerzo por leer y organizar todos los mensajes que recibimos diariamente es también un trabajo de Sísifo. Nikolai Bezroukov se vale de este mito para señalar cómo “La gente sufre a diario una versión similar del infierno con el buzón del correo electrónico lleno de mensajes” (citado en Lovink, 2004: 151). La cantidad diaria de correo electrónico se asoció en un tiempo con la capacidad de dominar el nuevo medio (como ocurre hoy en día con las nuevas herramientas de la web 2.0), pero la realidad es que se ha convertido en un auténtico fastidio para la mayoría de los usuarios y, en especial, para aquellas personas cuyo trabajo se relaciona con la información y la tecnología. Se crean interfaces como las carpetas para administrar el correo y no tener que enfrentarse a todos los mensajes, pero se trata de un esfuerzo en gran medida sisíptico porque siempre vamos a tener más mensajes que tiempo para leerlos y administrarlos correctamente. Geert Lovink (2004: 152-153) ha realizado una serie de observaciones que muestran las diversas maneras en que los usuarios están respondiendo a la comunicación por correo electrónico, a esta versión digital del castigo de Sísifo que inunda de mensajes nuestro buzón personal cada día. Veamos algunas de ellas:



- Cuantos más usuarios se conectan, más imprevisible es la rapidez con que las personas responden al correo electrónico entrante. La mayoría del correo electrónico no se lee dentro del mismo día laborable y, general, una respuesta al día siguiente parece muy poco probable.

- Cada vez hay más correo electrónico que queda sin contestar. Se trata de un fenómeno fascinante porque revela que la gente está ocupada o es perezosa en Internet, al contrario de esa creencia popular que ve a las personas conectadas a todas horas y sumergidos en la pantalla de su ordenador, es solamente un aspecto diminuto de sus vidas (salvo para los profesionales de la información y los analistas de la tecnología y la cibercultura)<sup>3</sup>. De esta forma, resulta que el correo electrónico estaría perdiendo actualmente su prestigio y aureola, si es que alguna vez tuvo alguna... Así mismo, apunta Lovink, el carácter inmaterial y fluido de los mensajes electrónicos hace que, paradójicamente, se produzca una creciente indiferencia hacia lo virtual, revelando un escenario por completo original en el que nunca ha sido tan fácil hacer caso omiso y borrar los mensajes entrantes.

- En respuesta a la erosión de la velocidad y de la eficacia del correo, la gente utiliza todo tipo de estrategias para destacar los mensajes que le interesan. Así, uno puede usar MAYÚSCULAS, escribir “Importante” o “Urgente” en el asunto o administrarlo en las carpetas de “correo destacado”, “favoritos”, etc. “Los resultados de estas tentativas desesperadas”, señala Lovink, “varían, aunque la tendencia sea clara: para quienes sufren un exceso de trabajo, el correo electrónico se ha convertido en una fuente de tensión en vez de en un alivio”, tensión que se manifiesta en un trabajo interminable y desesperanzador, recomenzado diariamente con nuevos y más nuevos mensajes.

- La interrupción de las conexiones desde el punto de vista técnico es otro aspecto sumamente importante. Los servidores se estropean y se “caen” a menudo. Los sistemas se ven atacados por virus y *hackers*, y los buzones de correo electrónico se borran con facilidad o simplemente desaparecen, sobre todo los de aquellos que hacen uso de servicios gratuitos de correo como Hotmail, Yahoo o Gmail. Quizás sea ésta una de las manifestaciones más extremas de Sísifo en la era de la información, pues en estos casos límite de desconexiones y pérdida de información por problemas técnicos vemos

literalmente frustrados todos nuestros esfuerzos, energías y trabajos de organización de los datos y los mensajes.

Esta toxicidad informacional del correo electrónico deviene literal con el *spam*, esto es, el correo no solicitado o “correo basura”. Hoy día, y a pesar de que el software con filtro mejora cada vez más, el *spam* sigue en aumento y se suma a esa cantidad ingente de mensajes que llegan a nuestro buzón personal, lo que hace de estos filtros por neutralizarlo otro esfuerzo sisífico. Como señala Lovink (2004: 151), “De la misma manera que los demás virus, biológicos y electrónicos, el *spam* gana en inteligencia y sigue abriéndose camino por los sistemas inmunológicos”. Así, el porno, los anuncios de servicios financieros, de venta de productos, de nuevos medicamentos para la salud, etc. llegan a nuestro correo periódicamente y lo intoxican (o infoxican) aún más. Son muchos los buzones escogidos como objetivo ideal para tal o cual servicio u opinión y supuestamente tendríamos que estar agradecidos porque se supone que a todo el mundo le encanta que le mantengan informado. Los amigos no envían *spam* anónimo y en realidad le hacen a uno un gran favor. Pero lo cierto es que hay poco que podamos hacer ante este derroche de “buena voluntad electrónica” que es, en el fondo, el *spam*... “El derecho a no ser informado”, concluye Lovink, “es un fenómeno desconocido, pero con un potencial fuerte de crecimiento”.

### **Sísifo y el problema generacional**

Los jóvenes son un elemento fundamental de la web. Al haber nacido familiarizados ya con sus distintas herramientas, programas y aplicaciones crean usos y tendencias que terminan por expandirse y generalizarse al conjunto de los usuarios. No es casualidad que sitios en la actualidad tan populares como Facebook o MySpace hayan sido creados por jóvenes que no alcanzan la treintena. Según Pisani y Piotet (2009), los jóvenes son los primeros en apropiarse de la web y familiarizarse con ésta, y su papel de *early adopters* (“adaptadores tempranos”) nos indica cómo será su uso en el futuro. También nos enseñan que la tecnología importa poco puesto que lo que más valoran de herramientas como Internet y las redes sociales es que sea un potente instrumento de socialización.

Según la antropóloga Danah Boyd, lo más importante del uso que hacen los jóvenes de la web es la combinación entre tecnología y estilo de vida, esto es, utilizan las tecnologías pero adaptándolas a sus necesidades y ajustándolas a sus estilo de vida. En realidad, señala Boyd, “Los adolescentes no sienten un interés especial por la tecnología como tal. En cambio, se interesan mucho por sus amigos y les gusta pasar tiempo con ellos [...] allí donde se encuentren” (citado en Pisani y Piotet, 2009: 46). Hoy en día, muchos jóvenes pasan gran parte de sus vidas en el *espacio público digital* de Internet y las redes sociales, y van allí donde están sus amigos, siendo más importante reunirse y charlar con ellos (dar una imagen de uno mismo y que esta imagen sea recibida por los demás) que la tecnología como tal. Para ellos, la tecnología ha sido hasta tal punto “naturalizada” que la perciben como algo transparente y prácticamente invisible. La extrema simplicidad de gestión de la web, y sobre todo de las nuevas herramientas de la web 2.0 (*blogs, wikis, etiquetado social, etc.*), ha contribuido enormemente a esta tendencia a la invisibilidad y a una visión de la tecnología como algo que ya no requiere complejos conocimientos técnicos y que es tan fácil de usar como el aparato más arcaico.

Estos hechos expresan una importante ruptura generacional que se traduce en una ruptura en los usos. De ahí la conocida distinción entre “nativos digitales” e “inmigrantes digitales” propuesta por Mark Prensky. Según este autor, los “nativos digitales”, esto es, aquellos que han nacido inmersos en la era de la información y del mundo digital, poseen un conocimiento de las técnicas y destrezas de las herramientas digitales muy superior al de las generaciones anteriores, los denominados “inmigrantes digitales”, es decir, aquellos que han llegado tarde a las nuevas tecnologías de la web. La diferencia fundamental entre ambas generaciones es, según Prensky, el hecho de que los nativos son los “escribas” del nuevo mundo, puesto que son capaces de crear los instrumentos y herramientas que utilizan con lenguajes que los inmigrantes digitales no entienden. Y cuando no “escriben” o programan las herramientas que utilizan, se sirven, de manera personal e intuitiva, de aquellas que están en la actualidad en el mercado.

Se ha hecho mucho hincapié en la distinción de Prensky y en lo acertado de sus términos para retratar esta brecha generacional pero, como en el caso de la “infoxicación”, estamos ante una idea que no es nueva. Fue John Perry Barlow quien ya observó este problema años atrás y lo hizo, precisamente, destacando el intento de los

adultos por alcanzar el aprendizaje y la destreza de los jóvenes en relación con la tecnología como un esfuerzo propio de nuestro héroe mitológico:

En el plano más elemental, existe un terror simple a sentirse como un inmigrante en un lugar donde han nacido tus hijos, donde siempre estás detrás de la bola ocho porque la tecnología se desarrolla más rápido de lo que tú la aprendes. Es lo que yo llamo la curva de aprendizaje de Sísifo (citado en Rushkoff, 2000: 17).

Barlow condensa en este párrafo las ideas de la brecha generacional entre padres e hijos y el hecho de que la tecnología se desarrolla más rápido de nuestra capacidad para aprenderla. La figura de Sísifo recorre ambas ideas y genera lo que Barlow denomina “curva de aprendizaje de Sísifo”, una curva continua que en casos límite llegaría a la recta, esto es, la curva de radio infinito, como el sufrimiento infinito de Sísifo por subir la roca a la cima, como el movimiento infinito de los padres por alcanzar la pericia tecnológica de sus hijos, o como nuestros infinitos trabajos y esfuerzos por atender, organizar y estructurar la masa de informaciones que pueblan el disco duro, el correo electrónico y los miles de millones de “edificios” de la ciudad de la web.

### **Conclusión**

En definitiva, Sísifo planea inevitablemente por nuestra sociedad de la información y muchos no nos percatamos del sentido de su castigo, de ese infinito recomenzar que nos lleva a perseguir objetivos que no lograremos jamás, simplemente porque la tecnología, como la roca de Sísifo, va siempre por delante de nosotros, impidiéndonos ver el final de una cima que nunca alcanzaremos. Por mucha tecnología que construyamos, por muchos cartógrafos que nos ayuden a ubicarnos en web, por muchos correos que etiquetemos o por muchos movimientos que realicemos por alcanzar el saber tecnológico de nuestros hijos, las nuevas tecnologías, las nuevas informaciones, las nuevas aplicaciones, los nuevos saberes irán siempre por delante de nosotros y se multiplicarán de manera mucho más rápida que nuestras capacidades para manejar una corriente (un “flujo”) que no para de circular, moverse, metamorfosearse y crecer, sobre todo crecer.

## Referencias:

- Bateson, G. y Bateson, M. C. (2000): *El temor de los ángeles. Epistemología de lo sagrado*. Barcelona: Gedisa.
- Baudrillard, J. (2008): *El pacto de lucidez o la inteligencia del mal*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Camus, A. (2006): *El mito de Sísifo*. Madrid: Alianza.
- Cornella, A. (2000): “Cómo sobrevivir a la infoxicación”. En <http://www.uoc.es/web/esp/articles/cornella/acornella.htm> > (Fecha consulta: 28/08/2009).
- Cornella, A. (2005): “Infoxicación”. En *Infonomía*, 25 de octubre de 2005. <http://www.infonomia.com/blog/perm.php?id=2694> > (Fecha consulta: 25/08/2009)
- Johnson, S. (2003): *Sistemas emergentes. O qué tienen en común hormigas, neuronas, ciudades y software*. Madrid: Turner.
- Lovink, G. (2004): *Fibra oscura. Rastreado la cultura crítica en Internet*. Madrid. Tecnos/Alianza.
- Pisani, F., y Piotet, D. (2009): *La alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando el mundo*. Barcelona: Paidós.
- Rushkoff, D. (2000): *Ciberia. La vida en las trincheras del ciberespacio*. Barcelona. Mondadori.
- Sádaba, I. (2008): “La fibra oscura de un mundo nuevo. Entrevista con Geert Lovink”, en *Minerva*, nº 09, pp. 51-53.

---

<sup>1</sup> Licenciado en Periodismo e investigador predoctoral FPU en el Departamento de Periodismo III (Teoría General de la Información) de la Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid (UCM), donde realiza una investigación sobre TIC y mundos virtuales 3D. También es Master en Sociedad de la Información y del Conocimiento por la Universidad Oberta de Catalunya (UOC) y miembro del grupo de investigación UCM “Sociosemiótica de la comunicación intercultural”. Ha publicado artículos de investigación en revistas como *Telos*, *CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)*, *Icono 14*, *Espéculo*, *Trans*, etc., y ha participado en numerosos congresos nacionales e internacionales. Correo electrónico: isravmarquez@gmail.com

<sup>2</sup> Resulta bastante significativo en este sentido que el diario de Herzog sobre la filmación de *Fitzcarraldo* se titulase precisamente “*Conquista de lo inútil*”, el cual ha sido recientemente traducido al español por la editorial Blackie Books.

<sup>3</sup> Respecto al trabajo de las universidades en este sentido, Lovink señalaba en una entrevista reciente que el problema está en que “la tecnología avanza gran velocidad y la academia es cada vez más reducida. La sociedad va demasiado deprisa para la gente que la estudia” (Sádaba, 2008: 51-52).