

mujeres: las consideradas buenas, es decir, aquellas que se muestran como ejemplos positivos a seguir por las espectadoras, y las malas, que aparecen en las pantallas como referentes negativos y cuyo erróneo comportamiento les acarrea terribles consecuencias.” En definitiva, no son modelos muy alejados del cine clásico americano, que también juega con más o menos intensidad con el maniqueísmo de las figuras femeninas, que por muy perversas o poderosas que puedan aparecer en un momento dado, deben acabar volviendo de una u otra forma a restituir los valores sociales adjudicados de forma complementaria -y discriminatoria- a los dos géneros.

A mi juicio, una de las partes más interesantes del trabajo está en el análisis de los tipos de mujeres, pero no asociadas a la moral sino a sus trabajos, utilizando el cine como un elemento de análisis de las percepciones sociales entorno a los derechos laborales de las mujeres, un modelo que el franquismo manipuló y utilizó según sus intereses prácticos. En el texto aparecen los principales trabajos remunerados (y “decentes”) que las mujeres podían seguir desarrollando en el régimen franquista: el servicio doméstico, las vendedoras y dependientas, las maestras, las oficinistas, las modistas, peluqueras, las camareras, las porteras, las caseras, las enfermeras, las escritoras y por supuesto, las mujeres que pueblan la farándula.

Todos estos personajes femeninos pueblan las películas que además, tenían en muchos casos una función muy clara: la de adoctrinar a las espectadoras para que mantuvieran un comportamiento adecuado en la vida social y en las relaciones amorosas. Avisar de los peligros del contacto con el género masculino, de las tentaciones de “dejarse engañar” por las malas intenciones de los hombres que pueden arrastrarlas a la vida disoluta y a la postre a la perdición de la prostitución. Pero además, sirve para mostrar los modelos más modernos de “perfecta casa” tanto o más normativos que en los siglos anteriores.

El estudio se completa además con un interesante estudio sobre las actrices más importantes de esos años, sus mayores éxitos y la repercusión social que obtuvieron. Como buen libro académico que es, lo acompaña una buena bibliografía y una serie de fichas técnicas de las películas que clarifican el material expuesto. En definitiva, estamos ante un libro que conjuga lo mejor de la literatura académica: el rigor, la documentación exhaustiva, la ordenación del material, con una escritura amena y dinámica que tantas veces echamos de menos en trabajos de este tipo.

Asunción Bernárdez Rodal

CARR, N., *Superficiales*, Taurus, Madrid, 2011, 344 pp.

WATSON, R., *Mentes del futuro*, Viceversa, Barcelona, 2011, 227 pp.

El debate sobre los efectos nocivos del uso excesivo de internet no es ni mucho original a estas alturas pero siempre resulta interesante la lectura de nuevas aportaciones y puntos de vista diferentes que contribuyan a una revisión de nuestras

costumbres y hábitos tanto en el quehacer cotidiano como en el desempeño de nuestro trabajo en relación al uso o dependencia que tenemos respecto a las tecnologías digitales.

Se suele atribuir la paternidad o al menos la popularización de este debate al periodista Nicholas Carr, autor de un controvertido artículo titulado “Is Google making us stupid?” y publicado en la revista *The Atlantic* en 2008. Carr se quejaba en dicho trabajo de cómo Internet le estaba robando la capacidad para concentrarse y profundizar en un determinado tema debido a las dinámicas de lectura y acceso a la información que proporciona la Red. El culpable de esta situación parecía obvio para el autor: Google y su capacidad para fomentar entre los usuarios de la red un constante salto entre páginas y lecturas de todo tipo. Unos años más tarde el propio Carr recogía esta y otras ideas en un libro titulado *Superficiales* editado en España por Taurus y en el que el autor indaga sobre los cambios mentales que está dejando la tecnología en los jóvenes.

A lo largo de toda esta obra, y también de la que comentaremos más adelante, hay un concepto persistente, la multitarea y las desventajas de la misma y es que, como el propio Nicholas Carr afirma, aunque consumimos el triple de información que hace unas décadas, somos perfectamente capaces de manejarnos con cierta soltura entre un océano de información y además consultar las alertas del correo electrónico, actualizar nuestro perfil en las redes sociales, revisar los mensajes del teléfono y contestar a nuestros contactos del WhatsApp. Pero, a pesar de esa aparente habilidad que habríamos adquirido motivados por las tecnologías digitales, Carr alerta en *Superficiales* sobre cómo la web está cambiando nuestras capacidades cognitivas y erosionando poco a poco las funciones cerebrales más elevadas, desde el pensamiento profundo a la capacidad de abstracción pasando por la memoria a largo plazo. Así pues, y según el autor, leemos más, somos muy ágiles a la hora de buscar y encontrar información, pero somos culturalmente más ignorantes y cultivamos un pensamiento de miras muy cortas.

Sobre dichos riesgos también avisa Richard Watson, consultor especialista en la previsión estratégica de futuro de personas y organizaciones y autor de *Mentes del futuro*, publicado en España por Viceversa. Watson centra parte de su crítica a las nuevas tecnologías en el aspecto sociológico cuando afirma que la tecnología está creando aislamiento social al no haber ya una necesidad física de visitar a los demás en persona. Quizá sea ésta una afirmación un tanto exagerada siendo ya varios los expertos, como el español Manuel Castells, que afirman que “la idea de que Internet aísla, aliena o deprime es un mito” si bien coinciden en que Internet exacerba el individualismo de sus usuarios. Eso nos permite hablar de la era de los *Screenagers*, concepto sobre el que también se detiene el autor de *Mentes del futuro* y que ya fue popularizado por Dan Bloom para describir a la generación que vive y crece frente a una pantalla y que es adicta a la conectividad permanente. Watson afirma que el uso excesivo de aparatos digitales nos está convirtiendo en una sociedad de idiotas: “Si cualquier trozo de información se puede recuperar con un solo clic de ratón, ¿para qué preocuparse por aprender nada?”

Esta comodidad a la que nos amoldamos tiene un reflejo negativo en muy diversos ámbitos y también ha sido denunciada por autores como Jaron Lanier en

su obra *Contra el rebaño digital*. Lanier afirma que Internet es una fuente imprecisa y tediosa de información en la que la cantidad se impone a la calidad y en la que cualquier buena idea es casi siempre acallada a gritos por la mayoría. Buena prueba de esta aseveración es la información que los medios de comunicación llevan a internet, cada vez más breve y digerible, y alejada de la argumentación y el análisis profundo.

Como Nicholas Carr, también Watson insiste en el hecho de que un pensamiento profundo y riguroso, es decir, aquel que nos pone en contacto con la creación y la imaginación, no se puede desarrollar en el ambiente caótico de la multitarea, plagado de interrupciones y desviaciones para la concentración. Por ello, y aunque ninguna de las dos obras aquí reseñadas podría calificarse como manual o libro de autoayuda, ambos autores proponen diferentes remedios para los males que conlleva una vida vivida a toda prisa y acelerada aún más si cabe por la dinámica que imponen las tecnologías digitales. Y es que, como sugiere Watson, sería conveniente “desacelerar el aprendizaje” y bajar el ritmo en nuestro acceso a la información volviendo de nuevo a los métodos tradicionales (libros, papel y lápices) para así recuperar el pensamiento lento y profundo.

Ángel L. Rubio Moraga

SÁNCHEZ SUÁREZ-OCAÑA, A., *Desnudando a Google. La inquietante realidad que no quieren que conozcas*, Barcelona, Deusto, 280 pp.

Google es mucho más que esas letras de colores que se han convertido en nuestra guía inseparable a la hora de navegar por el inabarcable mundo de internet. La empresa que ha puesto a disposición de todo el mundo de manera gratuita una cantidad de servicios e información organizada hasta ahora impensable, se ha convertido en una especie de monopolio *de facto*.

Al menos eso es que lo nos viene a decir su autor, Alejandro Sánchez, empresario de internet y asesor para inversores y emprendedores. Pero no parece que esté en su intención demonizar a Google, sino más bien, como explica, por medio de la exposición de sus decisiones empresariales y de sus actitudes comerciales, sólo pretende mostrarnos “sus luces, que brillan con fuerza, y también sus sombras, que, [...] son de un intenso color negro” (p. 172). A lo largo de la lectura de este libro vamos haciéndonos cargo de la posición dominante que mantiene y, sobre todo, de la enorme información que acumula tanto de nosotros como del mundo que nos rodea. Lo que, inevitablemente, nos lleva a preguntarnos si es bueno que esto sea así.

El libro está estructurado en siete capítulos, y comienza presentándonos la evolución de la empresa desde su origen universitario en la mente de unos estudiantes de Stanford hasta su conversión en una de las compañías cotizadas más grandes del mundo. Su enorme expansión se ha fundamentado en su negocio publi-