

Por una ecología de la atención

Mantenerse atentos en la era de las distracciones

Montse Doval Avendaño

(Publicado en Aceprensa el 2 de diciembre de 2015)

La capacidad de mantener la atención hoy se ve amenazada por las nuevas herramientas digitales. Pero la tecnología no es la única que estás detrás de las distracciones: también influyen las corrientes culturales que proclaman la emancipación de la realidad, así como una nueva versión del capitalismo orientada a atrapar la atención a través del diseño de experiencias.

La atención está de moda, aunque al parecer, porque brilla por su ausencia. La preocupación sobre su escasez actual se extiende desde el ámbito educativo (docentes y padres alarmados por la falta de capacidad de niños y jóvenes para mantenerse atentos ante cualquier tarea) hasta el de los medios de comunicación. Ahora podemos medir el tiempo que se dedica a leer o ver una información, y los resultados no parecen ser muy buenos.

Por ejemplo, en junio pasado [Facebook cambió su algoritmo](#) para premiar las historias a las que se dedica más tiempo de lectura en vez de contabilizar solo los “me gusta” y las veces que se comparte o comenta. Es una manera de hacerse con el recurso más escaso: la atención (Mangalindan, 2015).

Otro ejemplo es la publicidad. El [Financial Times está probando un método](#) para cobrar a los anunciantes por tiempo de exposición al anuncio, no por impacto. El consejero delegado de Chartbeat, la compañía que monitoriza el comportamiento de los lectores del FT lo explica claramente: “Es oficial: podemos empezar a hablar de la economía de la atención. Hay gente que compra y vende minutos de atención del público”. No es el único medio: *The Wall Street Journal*, *Bloomberg* y *The Economist* ya lo hacen (Ingram, 2015).

Hace ya años que de la ilusión sobre la multitarea hemos pasado a reconocer que muchos signos alertan de que el ser humano tiene una capacidad limitada para prestar atención y estamos desbordados. La culpa de nuestro pobre desempeño en ser atentos se achaca habitualmente a la tecnología, a la multiplicidad de aparatos que nos rodean; pero ya hay quienes piensan que la distracción tecnológica tiene unas raíces aún más profundas y que nuestro ensimismamiento también está relacionado con corrientes culturales que desde siglos nos apartan cada vez más de la realidad. Así, algunos libros como [Educar en la realidad](#) (L'Ecuyer, 2015), de Catherine L'Ecuyer (cfr. Aceprensa, 27-05-2015), alertan sobre la diferencia entre el rico estímulo que el asombro provoca y conduce al [juego](#) (Cruces Nogueiras, 2015), y el estímulo de las distracciones que nos

convierten en espectadores y embotan nuestra capacidad de atención.

La complaciente realidad virtual

[*The World Beyond Your Head: How to Flourish in an Age of Distraction*](#), de Matthew Crawford, es uno de esos libros que trata el problema de la atención desde una perspectiva más profunda que la mera interrupción tecnológica. Obviamente, la tecnología es uno de los factores que Crawford tiene en cuenta, pero Crawford culpa a la autonomía de la razón humana proclamada por Kant y a su deseo de fortalecer la libertad humana frente a la determinación de la naturaleza, de la errónea idea de que la persona, cuanto menos influida por la realidad, más libre es. Es decir, hemos aceptado tan bien que la tecnología se adueñe de nuestro tiempo porque llevamos siglos deseando que la realidad deje de condicionarnos (Crawford, 2015).

Para Crawford, hemos olvidado que las personas habitan un ecosistema de realidad cohabitado por otras personas. Un concepto que se repite en todo el libro es que hay que recuperar la ecología de la atención.

Según Crawford, este supuesto fortalecimiento de la libertad paradójicamente nos hace impotentes para tratar con las frustraciones que la realidad conlleva. En consecuencia, buscamos aquella realidad virtual que nos dé la razón en todo, que nos haga sentir que somos los dueños de la situación. De ahí que tengamos que analizar de manera muy pormenorizada cómo se diseña esa realidad virtual que nos rodea, conocer los mecanismos que la tecnología ha desarrollado para llevarnos cada vez más a la pasividad y la dependencia.

No podemos negar que la tecnología genera la automatización de procesos en los que la simple pulsación de un botón nos hace desencadenar acciones que antes suponían una gran cantidad de decisiones intermedias. Solo hay que recapitular –como el autor hace– cuánto ha cambiado el modo de conducir un automóvil en los últimos cincuenta años para darse cuenta de que el conductor es casi un espectador de lo que sucede en el coche.

Capitalismo afectivo

Por ese motivo, uno de los capítulos está dedicado a la atención y el diseño. En ese capítulo se cita profusamente el libro [*Addiction by Design: Machine Gambling in Las Vegas*](#), en el que la autora, Natasha Dow Schüll, profesora del MIT, hace un estudio antropológico sobre el diseño aplicado en la ciudad del juego para producir literalmente trampas para ratones en las que los jugadores se conviertan en adictos: hablamos de las máquinas tragaperras que han sustituido al juego con otros contrincantes humanos (Dow Schüll, 2014).

La motivación de ganar es el principio de la adicción. Más adelante, lo que se desea es dejar de elegir e incluso hay jugadores que se enfadan cuando están cansados ya en la madrugada y ganan

una partida: más dinero es más tiempo para jugar, más retos para la voluntad y lo único que se desea es paz y dejar de elegir. El comportamiento se ha convertido ya en algo compulsivo. El único alivio es perder todo. No es extraño que el juego sea la adicción con más índice de suicidios.

Este tipo de diseño no está limitado a Las Vegas sino que es el corazón de lo que se ha dado en llamar “capitalismo afectivo” (*affective capitalism*). La razón de este nuevo capitalismo no es producir bienes o servicios sino diseñar experiencias. Los videojuegos, las redes sociales, los juegos *online* son ejemplos de diseño orientado –según Crawford– al entretenimiento autista y adictivo; a sacar provecho de nuestra afectividad y frustración en la vida real.

Uno de los principios del nuevo capitalismo se basa en el viejo taylorismo: conseguir que el ciclo de productividad sea lo más corto posible incrementando la rapidez: sea en las partidas de un juego, sea en la inmediatez de un *whatsapp*. Cualquiera diría que eso disminuye la duración de la actividad; pero no: está comprobado que cuanto más rápido es el resultado de nuestra interacción, más tendemos a permanecer enganchados.

Schüll y Crawford sostienen que no debemos pensar que este comportamiento se dé solo en personas psíquicamente predispuestas a la obsesión: hay que tener en cuenta que todo el diseño de lo que rodea a esos jugadores les empuja a ese comportamiento. Rastros de esa pasividad e inmersión en una pantalla se pueden detectar en la cantidad de horas que se dedican a la televisión o vídeos, o se emplean en juegos y en las redes sociales; o la cantidad de veces que esas actividades nos impiden atender a lo que sucede en la realidad no virtual.

Los otros

Crawford reflexiona sobre la relación de confianza que se establece entre el maestro y el discípulo en cualquier aprendizaje de la vida. Esa confianza se basa en dos supuestos: la mayor competencia del maestro y su veracidad (lo que, por cierto, concuerda con la definición de Bocheński sobre autoridad epistemológica). Es decir, un cierto grado de dependencia positiva y un antídoto contra la autonomía de nuestra cultura actual. Por eso, según Crawford, el sueño de que los cursos masivos *on line* universalizarán el acceso a la educación superior es un fraude: es imprescindible la interacción con el maestro y los otros aprendices. El dinero, de nuevo, es la razón de esa alianza entre Silicon Valley y las universidades.

Muy atinadamente, Crawford hace referencia a que la comunicación no necesita solo de dos personas sino del mundo que comparten, lo cual implica una cultura común y una realidad a la que se presta “atención compartida”. De ahí que una de las primeras actitudes del niño sea apuntar a algo para que el adulto le preste atención. Eso es vivir juntos en un mundo compartido. Para el autor, es importante considerar lo que la cognición corpórea (***embodied cognition***) (Wilson, 2002) nos enseña sobre el modo humano de conocer: no somos mentes que se hacen representaciones de

la realidad sino que nuestro conocimiento se realiza a través de un cuerpo.

Crawford se atreve a criticar el “agnosticismo ético” de nuestra cultura que no ofrece ningún modelo de lo que debe ser una vida buena y mantiene que toda elección es válida en un mercado libre, un mercado libre del gobierno pero no libre de depredadores que usan los mecanismos de la psicología humana.

Aceptar los límites de la realidad

Para Crawford, la defensa de esa falsa libertad para elegir experiencias manufacturadas nos convierte en víctimas. Ser adulto –afirma– es aceptar los límites impuestos por una realidad que nunca satisface nuestras necesidades. Eso conduce al conflicto, pero el conflicto es parte de la lucidez. Todo lo contrario al empeño de sofocar el conflicto con antidepresivos, como manifiesta la ingesta masiva de esos medicamentos en nuestra sociedad.

La solución, para el autor, pasaría por reforzar una antropología que entienda a la persona en su complejo contexto humano, enraizada en la realidad y en el contacto con los otros, una antropología que facilite la “ascética de la atención” (expresión de Simone Weil) como un modo de destruir el mal en nosotros.

En el caso de Crawford, es una antropología inmanente pero armoniza muy bien con una antropología trascendente como la que sostiene la visión cristiana expuesta por el Papa Francisco en su [última encíclica](#): “Estamos hablando de una actitud del corazón, que vive todo con serena atención, que sabe estar plenamente presente ante alguien sin estar pensando en lo que viene después, que se entrega a cada momento como don divino que debe ser plenamente vivido” (Papa Francisco, 2015).

Referencias

- Crawford, M. (2015). *The World Beyond Your Head: How to Flourish in an Age of Distraction*. Viking.
- Cruces Nogueiras, E. (Dirección). (2015). *Imagine elephants* [Película].
- Dow Schüll, N. (2014). *Addiction by design: machine gambling in Las Vegas*. Princeton University Press.
- Ingram, M. (19 de mayo de 2015). *The Financial Times bets on new ad format: Brands pay for time, not pageviews or clicks*. Obtenido de Fortune: <http://fortune.com/2015/05/19/financial-times-advertising/>
- L'Ecuyer, C. (2015). *Educación En La Realidad*. Plataforma.
- Mangalindan, J. P. (13 de junio de 2015). *Facebook News Feed changes again: Now it's all about time spent reading*. Obtenido de Mashable: <http://mashable.com/2015/06/12/facebook-updates-news-feed-based-on-how-much-time-you-spend-reading-posts/#xjQsLd6elqqd>
- Papa Francisco. (2015). *Laudato sí*. Ciudad del Vaticano: Vaticano.
- Wilson, M. (2002). Six views of embodied cognition. *Psychonomic Bulletin & Review*, 625-636.