

El smartphone, ese arma de distracción masiva

La capacidad de concentración se resiente con tantas aplicaciones que reclaman nuestro interés. Saltamos de una cosa a otra, nos cuesta mantener el foco. El móvil crea adicción. Domesticarlo no es sencillo.

JOSEBA ELOLA

24 JUN 2017 - 22:55 CEST



Henri Cartier Bresson, maestro de la fotografía centrada en la atención, contempla un cuadro de Goya en el Prado en 1993. MARTINE FRANCK ((MAGNUM))

Vamos por la vida con un arma de distracción masiva en el bolsillo. Con un dispositivo maravilloso que pone el mundo al alcance de nuestra mano, sí, con un artilugio que es la puerta al conocimiento, o al menos a la información. Pero en [ese objeto que ha cambiado nuestra forma de vivir](#) anidan, agazapadas, toda una serie de aplicaciones que reclaman atención con homologables grados de urgencia. ¿Y si me pierdo algo? [El miedo a perderse algo](#) —en inglés, *fomo*, *fear of missing out*—, recelo, en ocasiones, angustia, que se multiplica en estos nuevos tiempos.

MÁS INFORMACIÓN



Quítale el móvil al niño

[Bienvenidos a la era de las mentes dispersas](#), de los cerebros a los que les cuesta centrar el foco, de las microconversaciones y la microatención, de personas que por momentos tienen la sensación de operar cual pollo sin cabeza en el ecosistema digital (cuando no, también, en la vida real).

Inciso: [Dispersar, según la Real Academia Española](#): dividir el esfuerzo, la atención o la actividad, aplicándolos desordenadamente en múltiples direcciones.

Pues eso.

Un estudio señala que cuando estamos trabajando frente al ordenador cambiamos de pantalla, de foco de atención, cada 47 segundos

Domesticar esa arma de distracción masiva que reclama atención sonando, silbando, vibrando, parpadeando no es cosa fácil. Por un lado, estamos nosotros, dotados de un cerebro que es un auténtico devorador de información, un órgano que busca constantemente novedades, estímulos, con nuestra necesidad de sentirnos conectados con otros. Por otro, las pantallas, plagadas [de aplicaciones diseñadas con todo tipo de trucos para captar nuestra atención](#).

Fue en torno al año 2004 cuando la profesora [Gloria Mark](#), titular del Departamento de Informática de la Universidad de California Irvine, comparó [nuestra tendencia a chequear de modo compulsivo el correo electrónico y las redes sociales](#) con nuestro comportamiento ante una máquina tragaperras. Miramos el móvil porque buscamos una gratificación. Y la mera expectativa de poder obtenerla es suficiente para hacer que volvamos una y otra vez en su busca —[recurrimos al teléfono entre 80 y 110 veces al día según distintos estudios](#)—. Este comportamiento se mantiene gracias al llamado reforzamiento aleatorio (*Randomly reinforced behaviour*).

Esas píldoras de información que consumimos a través del móvil generan descargas de dopamina como las que recibe el cerebro del fumador en el momento en que enciende un cigarro. Por eso regresamos con obstinación en busca de nuevos caramelos digitales.

“Nos centramos demasiado en la gestión de nuestro tiempo y poco en la gestión de nuestra atención”, dice la experta Linda Stone

Las investigaciones llevadas a cabo por Mark, doctorada en Psicología por la Universidad de Columbia, especializada desde 2003 en estudiar cómo las tecnologías de la información afectan a la multitarea, a la atención, al humor y al estrés, resultan reveladoras. Su método consiste en escrutar minuciosamente el comportamiento de pequeños grupos escogidos de personas para de ahí inferir nuestro modus operandi. Utiliza herramientas de precisión: sensores, contadores que miden las interacciones frente a la pantalla, biosensores que toman, por ejemplo, datos del ritmo cardiaco.

Con su estudio *Los neuróticos no pueden concentrarse: Un estudio in situ sobre la multitarea online en el trabajo* (2016), que firma junto a especialistas de Microsoft y del prestigioso Media Lab del Massachusetts Institute of Technology, observó que cuando trabajamos frente al ordenador cambiamos de pantalla ([es decir, el foco de atención](#)) [cada 47 segundos](#). Fue la media que obtuvo del seguimiento al que sometió a 40 trabajadores de grandes empresas norteamericanas. Los resultados mostraron que las personas muy inclinadas a la multitarea, los denominados *heavy multitaskers*, se demostraban más propensos a la distracción. Descubrió que cuanto más neurótica e impulsiva es una persona (y cuanto peor ha dormido), menor es su capacidad de concentrarse.

CEREBROS CENTRADOS

Mentes errantes, mentes infelices. Lo decía un artículo científico de la revista Science, publicado en noviembre de 2010 (*A wandering mind is an unhappy mind*: Matthew A. Killingsworth and David T. Gilbert): una mente errante es una mente infeliz. Conclusión a la que se llegó tras insertar una app en los móviles de 5.000 personas de 83 países distintos para que contestaran a preguntas sobre sus pensamientos, sentimientos y sensaciones en tiempo real. Somos más felices si centramos la atención.

Hay marcha atrás para la dispersión. Esa dificultad de centrar la atención calificada como monkey mind es reversible. El cerebro es un órgano que se adapta constantemente, que se puede reeducar. La capacidad de concentrarse es algo que se recupera con entrenamiento. Hay ejecutivos que recurren a técnicas de desconexión digital y pagan a coaches para que se encarguen de redirigir sus procesos atencionales.

Estrategias de defensa. Llevar el móvil en modo silencio. Desactivar las notificaciones que aparecen en pantalla para que las alertas no nos interrumpen una y otra vez en la tarea que estemos llevando a cabo. No dormir junto al teléfono para no acostarse y levantarse con él. Aparcarlo un poco durante el fin de semana y también en las vacaciones. Son tan solo algunas de las medidas que proponen neuropsicólogos y estudiosos de la atención consultados para este reportaje y que ellos mismos usan para no mermar su capacidad de concentración.

En otro estudio, *Concentrados, despiertos, pero tan distraídos: una perspectiva temporal de la multitarea y las comunicaciones*, realizado en 2015 mediante el seguimiento detallado de 32 trabajadores, reveló que consultaban el correo electrónico 74 veces al día (de media) y [entraban en Facebook una media de 21 veces \(con un máximo de 264 visitas diarias\)](#).

“La multitarea ha existido siempre”, dice Mark en conversación telefónica desde la Costa Oeste norteamericana, “pero la capacidad de atención de la gente se ha reducido. En mi opinión, es algo que no es positivo. Sabemos que cambiar el foco de atención incrementa el estrés, y que puede tener un impacto en aspectos como la innovación y la productividad”.

El ser humano está diseñado para virar su atención con facilidad. Es algo que garantiza su supervivencia desde los primeros días de la especie. Hubo un tiempo en que los estímulos provenían de la naturaleza, y tendían a ser lentos. La hoja que caía del árbol. El vuelo de la mosca. En la era moderna, todo empezó a ir más deprisa. En la digital, todo se ha acelerado.

Pero la atención, que funciona gracias a la interacción entre el lóbulo frontal, el parietal y el cerebro emocional, es algo difícilmente divisible. Cuando parece que estamos haciendo dos cosas a la vez es porque una de las tareas se puede automatizar (como, por ejemplo, caminar). [Hacer dos cosas que impliquen un esfuerzo cognitivo \(como hablar y escribir un mensaje de texto\) a la vez no es posible](#). En realidad, lo que hacemos es cambiar rápidamente el foco de una tarea a otra. Así lo explica el neuropsicólogo Marcos Ríos Lago, cuya investigación se centra en el área de la atención, las funciones ejecutivas y la velocidad de procesamiento.

[Linda Stone](#), una ejecutiva de Apple y Microsoft, miembro del consejo asesor del MIT Media Lab, desarrolló a finales del siglo pasado el concepto de atención parcial continua. Para ella, la multitarea consiste en hacer varias cosas a la vez porque exigen poca capacidad cognitiva (ordenar papeles y hablar por teléfono mientras comemos un sándwich). [Atención parcial continua \(APC\), sin embargo, es prestar atención a varias fuentes de información de manera superficial](#).

Stone afirma que esa conexión permanente para no perdernos nada, ese estar permanentemente conectados y en alerta, acaba pasando factura cuando se convierte en modo de vida. [Genera estrés y compromete la capacidad para tomar decisiones, para ser creativo](#).

La proliferación de dispositivos electrónicos parece haber multiplicado nuestra capacidad de manejar distintos flujos de información en paralelo, algo para lo que parecen particularmente dotados [los llamados millennials](#), que han mamado desde la cuna el nuevo paradigma tecnológico. Lo suyo es hiperatención. Así lo bautizó Katherine Hayles en el año 2007. Con este término, la profesora de literatura de la Duke University, autora de *Hiperatención y Atención profunda: la división generacional en los modos cognitivos*, denominaba una nueva manera de absorber el conocimiento que, sostiene, [obliga a una reevaluación de los métodos educativos](#).

A Hayles le preocupa que en algunos colegios estadounidenses [se estén introduciendo ipads en las clases de primero de primaria](#), con niños que apenas tienen seis años. “Los cerebros son muy maleables, y eso puede afectar a sus neuroestructuras”, manifiesta en conversación telefónica desde Los Ángeles, California. “Creo que lo mejor es ser conservador en estas cuestiones hasta que tengamos un mayor conocimiento de las implicaciones de la introducción de estos sistemas, y limitar el tiempo que los niños pasan ante las pantallas”.

El nuevo escenario tecnológico nos está conduciendo a lo que el neuropsicólogo Álvaro Bilbao denomina un estilo de atención *monkey mind* —el término procede del budismo—, una mente que salta de una cosa a la otra, que va y vuelve, que hace que cada vez más nos interrumpamos más los unos a los otros por la incapacidad de mantener la atención en lo que el otro nos está diciendo. “Tendemos a perder capacidad de atención sostenida, de concentración”, dice Bilbao, autor de [Cuida tu cerebro](#). Y la atención sostenida, la profundidad, es la que da pie a ideas novedosas, a la creatividad, como señala Ríos Lagos. Hayles incide en esta línea argumental: “Todos los logros intelectuales del siglo XX requirieron de una atención profunda”.

El debate en torno al impacto de las nuevas herramientas tecnológicas en nuestro cerebro y productividad, no obstante, está abierto. Hay expertos, como Enrique Dans, profesor de Innovación en IE Business School y autor de *Todo va a cambiar*, que nos recuerdan que esa hiperatención es algo que nos hace más eficientes. Él nunca tiene menos de 10 pestañas abiertas en su ordenador, explica. Y se considera bastante productivo. “Es una capacidad que se desarrolla y que se entrena”, manifiesta. Para él, en esta historia hay “ganadores y perdedores”, gente que se adapta a las interrupciones, que se distrae pero vuelve de manera rápida a lo que estaba haciendo; y gente que no.

Dans señala que las notas no han bajado de nivel en las ingenierías, que el nivel de comprensión lectora ha mejorado, y que los jóvenes que han crecido con los nuevos dispositivos procesan una mayor cantidad de información y son más eficientes.

En la misma longitud de onda se sitúa Anna Cox, psicóloga y estudiosa de la interacción entre humanos y computadoras que ha llevado a cabo estudios sobre interrupciones y multitarea. Afirma que la gente ha ido aprendiendo a distinguir rápidamente qué e-mail hay que contestar de modo urgente y cuál puede esperar. Esta profesora del University College of London Interactive Center (UCLIC) sostiene [que las distracciones no son siempre malas](#).

A veces nos interrumpimos a nosotros mismos porque la tarea se ha vuelto muy dura y ya no estamos siendo productivos. Entonces pasamos a algo más fácil, que nos granjea una recompensa más rápida (como chequear las redes sociales). Al regresar a la tarea principal, en ocasiones, señala Cox, tenemos más claro lo que buscábamos o queríamos hacer. “Lo importante”, asegura en conversación telefónica desde Londres, “es que la gente tome el control de la tecnología y que no se convierta en esclava de ella”.

No caer en las trampas que se nos tienden con los diseños de algunas aplicaciones no es cosa fácil. Las grandes corporaciones tecnológicas, sus desarrolladores y diseñadores, saben cómo manejar los resortes para dirigir o reclamar nuestra atención. “Por supuesto que se usan todo tipo de trucos”, dice Gloria Mark, “se vienen usando desde que existe la publicidad y ahora se hace lo mismo en Internet”. El neuropsicólogo Ríos Lago abunda en la cuestión: “Han conseguido que cada interacción requiera poco esfuerzo y sea reforzante”. [Ahí están los me gusta de Facebook, por ejemplo](#).

Proteger y cultivar la atención de los seres humanos, preservar el derecho de las personas a concentrarse, es uno de los retos que ahora está sobre la mesa. [El Manifiesto Onlife](#), encargado a un panel de expertos por la Comisión Europea, reclama que la atención no sea considerada como una mercancía.

“Creo que en el futuro, aquellos de nosotros que sepan cultivar herramientas para concentrarse disfrutarán de una mayor calidad de vida”, sentencia en conversación telefónica desde Boston la experta Linda Stone. “Bill Gates, Jeff Bezos y muchos más líderes de la era digital hablan de que es importante cultivar la capacidad de usar bien la atención. Nos centramos demasiado en la gestión de nuestro tiempo y demasiado poco en la gestión de nuestra atención”.

En un mundo cada vez más regido por las lógicas de la llamada “economía de la atención”, donde la valoración de una gran empresa del nuevo ecosistema tecnológico está ligada a su capacidad para atraer ojos e interacciones, necesitamos de una tecnología que esté al servicio del ser humano, que nos permita elegir, que haga que nuestra vida sea mejor, que nos haga más libres, y no una que secuestre nuestra atención y que se rija por la lógica del negocio.

En nuestras manos está reclamarla. Atentos.

 **ARCHIVADO EN:**

[Smartphone](#) · [Nuevas tecnologías](#) · [Gadgets](#) · [Telefonía móvil multimedia](#) · [Telefonía móvil](#) · [Cultura](#) · [Telefonía](#) · [Tecnologías movilidad](#) · [España](#) · [Tecnología](#) · [Telecomunicaciones](#) · [Sociedad](#) · [Comunicaciones](#) · [Ciencia](#)

© **EDICIONES EL PAÍS S.L.**

[Contacto](#) | [Venta de contenidos](#) | [Publicidad](#) | [Aviso legal](#) | [Política cookies](#) | [Mapa](#) | [EL PAÍS en KIOSKOyMÁS](#) | [Índice](#) | [RSS](#)



Webs de PRISA 
