



OPINIÓN

DESPUÉS DE LA PANDEMIA

La nueva guerra no es por los clics: es por nuestra atención más profunda

Enrique Dans

Publicada 12 noviembre 2025 02:02h

Vivimos una era en la que el tiempo ya no se mide sólo en minutos de pantalla o visitas por página, sino en conversaciones. Los *chatbots* conversacionales, los modelos de lenguaje multimodales y los asistentes de inteligencia artificial avanzados están cambiando **la naturaleza misma de la interacción digital.**

En lugar de desplazarnos, de hacer *scroll*, de estupidizarnos consumiendo pasivamente contenido absurdo entremezclado con anuncios, nos encontramos ante **interfaces que hablan, responden y nos acompañan.**

Y lo que ocurre es que la batalla ya no es quién capta más clics, sino **quién retiene mejor nuestra atención, la más valiosa de las monedas digitales.**

Durante la última década, las plataformas aprendieron que nuestro desplazamiento, nuestras reacciones rápidas y nuestras preferencias instantáneas eran el combustible de la economía de la atención. **Cada like, cada segundo contado, cada compartir se transformaba en dato, en algoritmo y en negocio.** Ahora ese modelo está mutando.

Los asistentes conversacionales, los entornos adaptativos y la inteligencia artificial generativa hacen que la interacción sea más prolongada, más inmersiva y, lo que es más peligroso: más íntima. Ya no se trata únicamente de captar un vistazo, sino de generar diálogo, de sostener conversación y de **convertir nuestra curiosidad en persistencia.** Desde esta perspectiva, la métrica principal deja de ser la visita y se convierte en “cuánto tiempo hablas con la máquina”, “cuántas veces vuelves”, “cuánto confías”.

Cuando un asistente de inteligencia artificial se vuelve parte de tu rutina, parte de tu pensamiento automático, deja de ser opcional y empieza a ser un condicionante

Este cambio tecnológico tiene implicaciones profundas y potencialmente muy peligrosas. Primero, porque **la interfaz, la conversación, es más humana, más cercana y por tanto más capaz de generar dependencia.**

Segundo, porque la conversación requiere contexto, memoria y seguimiento: el *chatbot* sabe lo que dijiste ayer, lo que preguntaste la semana pasada, y se adapta. Eso multiplica su valor para el usuario y su valor para la plataforma, pues convierte la atención en un activo más duradero.

Y tercero, porque la conversación es bidireccional y personalizada: no eres solo espectador, eres interlocutor, un usuario con nombre, historial y expectativas. Eso representa una lógica de relación distinta: no visitas un *feed*, conversas con un sistema que lo aprende todo de ti.

Desde la industria ya lo han entendido: **la próxima frontera de la atención no está en el patético “scroll infinito”**, sino en la “conversación constante”. Y el problema es que esa conversación prolongada exige un nuevo modelo de negocio, otro tipo de infraestructura y, sobre todo, otra forma de entender al usuario.

Para las empresas, eso significa que captar atención ya no basta: hay que retenerla, convertirla en hábito, en confianza, en interlocución diaria. Y ahí es donde reside el riesgo: cuando un asistente de inteligencia artificial se vuelve parte de tu rutina, parte de tu pensamiento automático, **deja de ser opcional y empieza a ser un condicionante**.

La literatura académica ya habla de una “economía de la intención”, donde no sólo se comercia con nuestra atención, sino con nuestras motivaciones

Ese condicionamiento plantea infinitos retos éticos y sociales que van más allá de la simple publicidad. Porque cuando la conversación digital se extiende, la máquina deja de ser herramienta para convertirse en compañero, en confidente, incluso en asesor.

¿Quién define los límites de esa conversación? ¿Se convierte en filtro de información, interlocutor de acción o en agente de influencia? La literatura académica ya habla de una **“economía de la intención”**, donde no sólo se comercia con nuestra atención, sino con nuestras motivaciones, nuestras decisiones, nuestras formas de imaginar el mundo.

La maquinaria de inteligencia artificial conversacional está preparada para no solo responder a lo que quieras, sino para **condicionar y preparar lo que vas a querer.**

Para las sociedades europeas esto implica una urgencia extra. Europa ha sido más prudente en la digitalización, más crítica con el modelo de plataforma, más atenta al individuo y a la privacidad. Pero **ese estilo puede quedar en desventaja si el nuevo juego se basa en la conciencia** (y en la retención) de la conversación.

Ya no basta con regular, con investigar o con proteger datos: se trata de construir ecosistemas de inteligencia artificial conversacional creíbles, transparentes, descentralizados, competitivos, que no queden atrapados en las lógicas del gran monopolio de la atención.

Porque si nuestra conversación digital termina encerrada en un único ecosistema, **la dependencia ya no será funcional sino estructural.**

****Enrique Dans es profesor de Innovación en IE University.*

NEWSLETTER - INVERTIA

Cada mañana la apertura de mercados y las noticias que marcarán la agenda económica

Correo electrónico

APUNTARME

De conformidad con el RGPD y la LOPDGDD, EL LEÓN DE EL ESPAÑOL PUBLICACIONES, S.A. tratará los datos facilitados con la finalidad de remitirle noticias de actualidad.

MÁS EN OPINIÓN

'Weo, Weo'... ¿Qué ves?



Miguel Sebastián

¿Se confirma la confluencia astral política contra Sánchez?



José Ramón Pin Arboledas