

# Economía de la atención

Sabemos que «la atención» es una de nuestras características como seres humanos. Está relacionada a lo que nos atrae, a lo novedoso, a lo que admiramos (condición de la filosofía), a lo útil y necesario...

En este link se detallan las principales características, los tipos de atención, los factores determinantes de la misma, y las patologías vinculadas con ella.

Respecto de «la economía de la atención» en esta fuente se la define como «a la abundancia de información que se genera en las economías desarrolladas y que debido a la digitalización hace que sea muy fácil producirla y compartirla. La atención se convierte en este entorno en un valor y un bien escaso por el que las empresas deben competir. En la actual sociedad de la información es difícil atraer la atención de las audiencias y la atención es un prerequisite de cualquier transacción económica».

Los smartphones, y «la explosión de las redes sociales han hecho posible que sepamos en tiempo real lo que hace la gente en cada momento. Por eso el **FOMO (miedo a perderse algo, del inglés, fear of missing out)** es el trastorno «de moda»: nos atormenta el pensar que nos estemos perdiendo algo interesante constantemente.

En un reciente estudio publicado en la revista *Motivacion and Emotion*, varios científicos analizaron la base psicológica y social del FOMO. Y concluyeron que los rasgos de la personalidad como el neurotismo o la extroversión no tienen nada que ver con la adicción a los *smartphones*. La verdadera causa que hace los celulares tan irresistibles es la **economía de la atención**».

Según el último link «algunos empresarios pagan mucho dinero para mantener nuestra mente ocupada con aplicaciones y juegos.

El abogado estadounidense Tim Wu, especialista en la neutralidad de internet y autor de *«The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads»* (Los comerciantes de la atención, la lucha épica por entrar en nuestras cabezas, 2016), observó este fenómeno cuando trabajaba en Silicon Valley.

**«La economía de la atención es inevitable»**, le cuenta a la BBC. «Algunas firmas tecnológicas estaban desesperadas por un nuevo modelo de negocio; se dieron cuenta de que tenían que captar la atención de la gente. Fue un gran cambio en la historia del capitalismo cuando algunas de las más importantes se decantaron por ese modelo», explica Wu. «Todo iba a ser gratis. Había llegado un **nuevo tipo de economía**».

Claro, hay una «aparente gratuidad» porque -en realidad- estamos ofreciendo y regalando nuestros datos personales para que nos vendan publicidad y mensajes de todo tipo, desde comerciales hasta ideológicos y políticos.

Es un gran desafío educativo para las familias, las instituciones dedicadas a ello y los medios de comunicación explicar pedagógicamente cómo poder utilizar adecuadamente las redes sociales (sin adicción), concentrar más la atención en la lectura de libros y, en definitiva, enseñar a discernir como la atención y la inteligencia deben evolucionar hacia una mayor sabiduría. Esto último nos puede llevar a un mundo mejor. De lo contrario seremos como robots idiotizados.