La sociedad más distraída de la historia. ¿Imposible concentrarse en la era digital?

Parece que la era digital comienza a mostrarnos una cara oculta y es que toda la información a nuestro alcance a través de múltiples dispositivos a cualquier hora del día y de la noche y desde cualquier lugar nos está pasando factura.

¿Y si tener el mundo en el bolsillo no nos está haciendo mejores ni más sabios? Surgen voces de alarma de que el *smartphone*, ese arma poderosa de información masiva, se está volviendo en nuestra contra para convertirse en un [arma de distracción masiva](https://aunclicdelastic.blogthinkbig.com/fansumers-de-las-transacciones-a-las-emociones/). Éstas son las señales:

* **Nos cuesta más concentrarnos.** Tanto nos estamos acostumbrando a hacer dos cosas a la vez que nuestra atención se ha vuelto micro y nuestra mente dispersa. El precio es alto: nos cuesta mantener no solo la atención sino la acción en cada tarea. Vamos “de oca en oca”, sin poner consciencia, con una atención demasiado predispuesta a abandonar el barco a las primeras de cambio.
* **No recordamos nada.** Los motores de búsqueda están tan omnipresentes en nuestra vida que parece que ya no hiciera falta recordar o aprender nada porque todo lo podemos encontrar en Internet, que [basta con saber dónde y cómo acceder a la información](https://aunclicdelastic.blogthinkbig.com/internet-nos-hace-tontos-o-inteligentes/). Algunos lo llaman “efecto Google”.
* **Tememos perdernos algo.**El miedo social a ser excluidos, a saber que nuestros colegas hacen algo que nosotros no, siempre ha existido. Pero parece que hoy el FOMO (*Fear of Missing Out*) se multiplica. *Smartphones* y RR. SS. en todos los bolsillos hacen que tres de cada diez personas tengan la sensación de que su vida es mucho menos interesante que la de sus conocidos, de que se están perdiendo algo. Así que al clásico consumo aspiracional de querer lo que no tenemos se suma ahora la angustia de no poder disfrutar de lo que estamos haciendo porque a la vez sabemos que algo nos estamos perdiendo.

**Nuestro cerebro no ayuda**

La química rema en nuestra contra. El cerebro, que se muere por el estímulo y la novedad, es un auténtico monstruo de las galletas de información. Busca desesperadamente estar conectado. Y, por si fuera poco, vive de la gratificación.

Hay estudios que relacionan nuestra tendencia a chequear compulsivamente el correo electrónico y las redes sociales con la adicción a las máquinas tragaperras. Es la expectativa de obtener una gratificación lo que hace que miremos nuestro móvil ¡entre 80 y 110 veces al dia!

**Estamos diseñados para distraernos.** Poder estar atentos a cualquier estímulo garantiza nuestra supervivencia como especie. El problema es que la velocidad de los estímulos crece sin parar porque en la era digital todo se ha acelerado. Sin embargo, la atención es algo difícilmente divisible. Dicen los expertos en neurociencia que solo podemos hacer bien dos cosas a la vez cuando una de ellas se puede automatizar. O sea, que no es posible hablar y escribir simultáneamente en condiciones porque ambas actividades implican un esfuerzo cognitivo. Lo que sucede, aunque no lo parezca, es que repartimos alternativamente la atención entre las dos.

**La multitarea nos dispersa**

Los estudios sobre cómo afecta la multitarea a la atención, al humor y al estrés resultan reveladores. Un informe *in situ*sobre la multitarea *online* en el trabajo (2016) que firman Microsoft y el MIT concluye que cuando trabajamos frente al ordenador cambiamos de pantalla (o sea de atención) cada 47 segundos. Los resultados mostraron que las personas muy proclives a la multitarea, los denominados *heavy multitaskers*, eran los más propensos a la distracción y los que tenían menor capacidad de concentración.

[Linda Stone](https://lindastone.net/about/), miembro del consejo asesor del MIT Media Lab, ha desarrollado un interesante concepto: la [Atención Parcial Continua](https://lindastone.net/qa/continuous-partial-attention/) (APC) que conceptualiza el hecho de prestar atención a varias fuentes de información pero de manera absolutamente superficial. Y demuestra cómo esta actitud de conexión permanente para no perdernos nada nos pasa factura en forma de estrés y cómo pone en riesgo nuestra capacidad para tomar decisiones. Porque la capacidad de prestar atención sostenida y en profundidad es lo que da pie a la creatividad y propicia que surjan ideas realmente novedosas.

**Las mentes errantes son mentes infelices**

Al menos así lo afirma un artículo de la revista Science publicado en noviembre de 2010 (“*A wandering mind is an unhappy mind”),* de Matthew A. Killingworth y David T. Gilbert, tras preguntar sobre pensamientos y sentimientos en tiempo real a través de una app a más de 5.000 personas de distintos países.

La buena noticia es que hay remedio: **la dificultad para centrarnos es reversible.**Dado que el cerebro tiene una gran capacidad para reeducarse, podemos mejorar con entrenamiento. Ya existen técnicas de desconexión digital y de gestión de la atención.

Siempre es posible silenciar el móvil o quitarlo de en medio cuando nos sentemos a leer. Se puede cerrar el correo electrónico mientras elaboramos el plan de marketing u obligarnos a no abrir enlaces en más de cinco pestañas a la vez… Podemos hacerlo como mejor nos venga, pero seamos conscientes de que nuestro cerebro tiene un límite de atención.

**Pero, ¿son siempre malas las distracciones?**

Hay un debate alrededor del impacto de las nuevas tecnologías en nuestra productividad. Expertos como Enrique Dans defienden la idea de que la hiperatención nos hace más eficientes. Él nunca tiene menos de diez pestañas abiertas en su ordenador y se considera bastante productivo. Dice que hacerlo es una capacidad que se desarrolla y se entrena, que es posible aprender a gestionar las interrupciones y volver rápidamente a la tarea anterior.

Sea como fuere, el hiperestímulo ha resultado no ser del todo malo. Parece demostrado que la capacidad de comprensión lectora ha mejorado. Muchos han aprendido a “leer en diagonal” y distinguen rápidamente qué *e-mail* hay que contestar de modo urgente y cuál puede esperar. Hemos aprendido a interrumpirnos a nosotros mismos con un “caramelo digital” cuando la tarea nos cansa porque chequear nuestro Facebook nos relaja.

En cualquier caso si, como parece, nuestra atención es un campo de batalla de marcas y corporaciones que saben bien cómo mover los hilos para atraernos con interacciones ligeras y reforzantes, solo quienes aprendamos a cultivar nuestra concentración disfrutaremos de una mejor calidad de vida.