

Motivació i atenció. L'impacte de "l'economia de l'atenció" de cara al cultiu de la qualitat humana.

-Teresa Guardans-

Recordem que som humans, amb les peculiaritats pròpies de l'espècie, recordem allò dels dos llops en tensió dins nostre. Un és dominant i es posa en primer pla, tot ell és impaciència, gelosia, avarícia. L'altre és pacient, escolta, és sincer, generós, atent, amable, busca el millor en els altres, s'hi pot confiar, diu el petit relat. "I quin dels dos guanyarà, avi?" "El llop que més alimentis" –li respon el vell amb un somriure–.

En un codi més "conceptual" podem parlar de les dinàmiques de l'egocentració, de quedar enclaustrats dins de la perspectiva del jo i de les seves demandes i pors; o de la possibilitat de donar vida a les nostres capacitats en tota la seva amplària infinita, des de les arrels fondes de l'existir. Sense perdre de vista que som un únic psiquisme, un únic món emocional... Però aquesta vida una que som canvia radicalment segons què alimentem i cultivem. Recordem allò del "sentir sistema de senyals" i del "sentir profund":

«El sentir sistema de senyals, que és el pare dels sentiments, odis i afectes, és l'instrument que serveix l'ego, el gestor de la vida humana, per orientar-se i operar en el medi per tal de sobreviure i no morir. [...] Sense aquest sentir que modela i interpreta no es podria donar el sentir profund. Si es bloqueja el sentir superficial, es bloqueja també la possibilitat d'un sentir profund. El sentir profund és la notícia, implícita o explícita, de la dimensió absoluta de la realitat. Només pot produir-se al si del sentir sistema de senyals per a un vivent. [...] Des d'aquest accés primer el sentir profund s'admira, s'estranya i estima. El sentir profund i el sentir sistema de senyals no són dos, són una unitat. Allò que sent i expressa aquesta dimensió profunda del nostre sentir envaeix completament la nostra capacitat sensitiva i ens posa davant el misteri, la meravella, l'estranyesa, l'exultació i el temor del món en què vivim. El sentir profund és baixar a la fondària del sentir, des del sentir sistema de senyals. És veure i admirar tots i cadascun dels éssers, sense buscar-hi res, si no és mirar, admirar, estimar i venerar. És estar agraït a la presència de tot allò que és.»¹

El sentir profund es genera doncs en el sentir egocentrat, en el sistema de senyals emocional, però quan hi irromp, el relativitza, el desplaça de la seva centralitat. La qüestió és "baixar a la fondària del sentir, des del sentir sistema de senyals"... Quin motiu hi pot haver per portar-nos a fer aquest "descens"? Com es propicia? «Cal cultivar-lo directament, com? Exercitant-lo, prenent-ne consciència explícitament, intentant expressar-lo, descobrint-lo en totes les realitats i en la pròpia vida.»²

Aquest trànsit de la superfície a la profunditat no ha estat mai fàcil ni evident. Avui i sempre, el jo es resisteix a cedir terreny: *"es menester mucho saberlo negociar consigo mismo..."* –deia santa Teresa. Són les dinàmiques "normals" de l'egocentració humana. Avui

¹ Marià Corbí. *El sentir hondo de la vida*. Bubok, 2022. pp. 127-143, fragments.

² *Ibidem*.

i sempre, tot i que és evident que cada època presenta unes oportunitats i unes dificultats peculiars que cal tenir en compte per tal de poder gestionar els obstacles i aprofitar les possibilitats.

Som conscients que la nostra està en constant transformació científic tecnològica. Però, des de fa un temps, algunes lectures i documentals m'han fet adonar que ja no som en una situació "normal", que està passant alguna cosa greu que afecta molt especialment l'atenció i l'àmbit del disseny; alguna cosa que dificulta profundament la possibilitat d'un desenvolupament humà saludable i de qualitat. Aquestes lectures i informacions em fan sentir "enuig i indignació profunds" –com diu el psicòleg clínic F. Villar Cabeza³, i m'empenyen a procurar prendre major consciència de la situació, i espero que a reaccionar en conseqüència. Com explica aquest autor estem bevent aigua contaminada, els qui la contaminen ho saben, i no deixen d'augmentar els índexs de contaminació. I el que és tan o més greu encara: incorporen a l'aigua sofisticats components addictius per tal que preferim beure l'aigua del riu contaminat que la d'altres.

De què va "la cosa"? Estem presenciant –i vivint en carn pròpia– els efectes de l'anomenada "economia de l'atenció" o "capitalisme de l'atenció", un model econòmic que basa l'obtenció de beneficis en la captació i la manipulació de l'atenció de milers de milions d'éssers humans. Un model econòmic que desenvolupa tota mena de recursos i estratègies per tal de capturar l'atenció humana en l'entorn digital, fragmentant-la i allunyant-la de l'entorn "presencial", per tal de crear necessitats i dependències que generin demandes que el mercat s'encarregarà de satisfer. L'espai de captura, el medi, el constitueixen les xarxes socials, les aplicacions, els videojocs, les diverses plataformes. Continuant amb l'al·legoria de l'aigua, les grans tecnològiques obtenen importants beneficis econòmics comercialitzant l'aigua que han contaminat i la presenten tenyida de colors i en atractives ampolles associant-ne el consum amb els conceptes "d'èxit i felicitat"⁴. Aquesta política afecta a totes les edats, però la indústria sap bé que com més aviat comenci l'addicció més assegurada tenen la fidelització de la clientela per a tota la vida. Sense escrúpols.

El psiquisme, el desenvolupament cognitiu, l'atenció i el sentir, tot es veu profundament i directament afectat pel peculiar ús de les tecnologies que s'està duent a terme des d'aquest model econòmic. I això està tenint un fort impacte, ja no només a nivell del cultiu de la qualitat humana en profunditat, sinó de la viabilitat mateixa d'una vida humana saludable, d'unes societats humanes sanes.

Procuraré presentar allò que he anat aprenent i comprenent, a través d'aquestes lectures, d'una manera endreçada.

Quatre pinzellades sobre el capitalisme de l'atenció

Ja fa uns anys que ens movem entre aplicacions i xarxes socials i que sabem que ens entretenen i distreuen. Però en els darrers anys alguna cosa important ha canviat. Aquestes tecnologies van aparèixer com a mitjà de connexió i comunicació entre persones. En certa manera democratitzaven el flux d'informació i comunicació perquè permetien compartir

³ F. Villar Cabeza. *Com les pantalles devoren els nostres fills*. Herder, 2023. p. 11.

⁴ *Ibidem.*, pp. 14-18.

continguts sense necessitat de comptar amb patrimonis ni infraestructures costoses. Les empreses tecnològiques s'hi guanyaven la vida, és clar, no eren pas ONGs, però es podria dir que en una primera etapa l'objectiu era la comunicació. Per a sostenir-se, innovar i obtenir beneficis incorporen anuncis. I aquí és quan es comença a capgirar el sentit. En poc temps, l'objectiu va passar a ser augmentar el consum, posar-se al servei de les empreses anunciants. L'intercanvi de continguts esdevenia el mitjà, l'àmbit o espai, on s'incentiva el consum. Això implica que cal retenir l'atenció de l'usuari el màxim temps possible en l'entorn digital. Al cost que sigui. I multiplicar els usuaris. Al cost que sigui. L'atenció humana passa a ser el bé més cobejat per les diverses plataformes i aplicacions. I s'inverteixen molts milions per capturar-la. Per això es parla de capitalisme o economia de l'atenció.

La base del model de negoci de l'anomenada "economia de l'atenció" és simple: com més temps passa la gent a les plataformes, més diners guanyen les empreses, ja que venen més anuncis i recullen més dades dels usuaris que podran vendre a tercers. Per tant, l'atenció és el bé més preuat, i tots els esforços aniran dirigits a capturar-la el màxim de temps possible. La dinàmica econòmica perseguirà, doncs, tres objectius bàsics:

- La "implicació" (*engagement*), definida pels minuts i hores que els usuaris passen connectats al producte.
- El creixement, basat en garantir el retorn de l'usuari, així com que convidi a nous usuaris, en una cadena expansiva d'"amics".
- La publicitat (i vendes), que és l'objectiu últim, mitjançant el compliment dels dos anteriors.

Els crítics amb el sistema insisteixen que el problema no són les tecnologies en si mateixes –telèfons intel·ligents o ordinadors portàtils– sinó els objectius que persegueixen les aplicacions desenvolupades al servei d'aquest model econòmic determinat. La literatura consultada es centra més en les xarxes que no pas en els videojocs, potser perquè ho inclou tot en el mateix paquet o perquè ja dona per fet que tenim consciència de les ludopaties generades per alguns videojocs. Sigui com sigui, hi entraré poc perquè no ho conec, però algunes empreses de videojocs, com Zynga per exemple, són també a l'ull de mira pels seus intencionats components addictius.

A mesura que els efectes "col·laterals" s'han fet més i més evidents, creix el nombre de veus de denúncia des de l'interior del sistema, veus que busquen conscienciar la gent del *hackeig* al qual estem sent exposats. Una diversitat d'ex professionals de Silicon Valley s'està comproment molt activament a través de tota mena d'iniciatives, insistint que la manera com la tecnologia actua actualment sobre la nostra atenció és una opció, no l'única: és l'opció del capital i de la societat que els ho permet. Un exemple d'aquestes accions seria el documental de Netflix *El dilema de les xarxes* (*The social Dilemma*, 2020), o els llibres de N. Carr i J. Hari, a què farem referència.

Una de les veus que es fa sentir és la de Tristan Harris, un ex enginyer de Google, i posteriorment cofundador del *Center for Humane Technology*. Potser el que més impacta de les intervencions de Harris és que mostra fins a quin punt la manipulació de l'atenció manté ocupats a programadors i dissenyadors i, alhora, com es multipliquen els efectes

imprevistos dels quals ningú se'n sent responsable. Harris⁵ relata que fa uns vint anys, joves programadors de tot el món somiaven treballar a Silicon Valley creient que podrien millorar el món. Alguns, ell mateix entre ells, van assistir l'any 2002 a un curs que ofería el Laboratori de Tecnologies Persuasives de la Universitat de Stanford. Es tractava d'una formació per ajudar a dissenyar tecnologies capaces d'incidir en el comportament humà. Ho impartia J.B. Fogg, "un mormó afable", que els va donar a conèixer molta literatura sobre els avenços de la psicologia del segle XX en relació amb la modificació de la conducta. Un dels pesos pesant estudiats era la filosofia dels "reforços adequats" de B.F. Skinner, que havia demostrat com es podia controlar i modificar el comportament de coloms, rates i porcs.

L'alumnat havia d'aplicar els aprenentatges als seus exercicis de programació. Fogg "ensenyava als seus alumnes que només havien de fer servir aquests poders per a coses bones i els plantejava debats ètics durant el curs."⁶ Aquí van néixer les primeres aplicacions basades en l'enviament de fotografies on-line, per exemple. I tenint en compte les idees de Skinner de construir reforços immediats, va sorgir la idea d'afegir la possibilitat que els usuaris rebessin cors i *likes*. Naixia així Instagram, fruit del treball de dos alumnes del curs, M. Krieger i K. Systrom.

A l'última classe a la qual va assistir T. Harris, els alumnes van abordar maneres d'usar aquestes tecnologies de la persuasió en el futur, i un grup es va preguntar: "I si en el futur comptéssim amb un perfil de totes i cadascuna de les persones del món? En tant que dissenyadors, tindríem accés a tota la informació que ofereixen a les seves xarxes socials i podríem crear un perfil acurat de cada persona que podria ajudar molt". I la imaginació va continuar cavalcant sobre la possibilitat de conèixer els gustos, els desitjos, els trets de personalitat, els estats d'ànim, etc., de les persones, per poder-se adreçar específicament a cadascuna. I tot el que es podria fer a partir d'aquí. Harris explica que en aquest punt va començar a espantar-se, però continuava convençut del poder de la tecnologia per afavorir la humanitat. Ell mateix va dissenyar, per exemple, alguna aplicació per limitar la dispersió en els processos de recerca d'informacions. Però aviat va veure com l'objectiu d'aconseguir la màxima "implicació" dels usuaris anava envaint més i més la feina dels diferents equips de Google. Els incentius empenyien en una única direcció: a dissenyar productes que impliquessin el màxim nombre de persones possible. Avui ja coneixem com va fructificar aquella idea d'un final de curs; veiem com correus, missatges, compres, cerques a Google Maps, converses orals, o qualsevol moviment nostre és rastrejat fins a configurar perfils personals que permeten no només adequar l'oferta a la demanda sinó predir la demanda, provocar-la, orientar decisions i tries, etc.

No ens estendrem ara sobre l'itinerari personal de Harris, només esmentar que va dur a terme un passí de diapositives de denúncia de la realitat a la qual s'havia anat a parar, dirigit al seu equip de treball a Google, que immediatament es va fer viral. Avisava del més d'onze mil milions d'interrupcions diàries que estaven generant a la vida de les persones, robant temps i destruint la capacitat de pensar amb continuïtat, l'explotació sense límit de les vulnerabilitats humanes, etc. La seva conclusió era que la intenció de la dinàmica de Silicon Valley podia no ser perjudicar la vida de la gent, però que resultava un efecte inevitable del seu model de negoci. Google va reaccionar creant per a ell el càrrec de

⁵ Hari, Johann. *El valor de la atenció. Por qué nos la robaron y cómo recuperarla*. Península, 2023. pp. 148-183.

⁶ *Ibidem*, p. 154.

“dissenyador ètic” i un grup de treball. Harris va acceptar el càrrec, content del pas que s’estava donant, però quan va constatar que no es tenia en compte cap de les anàlisis ni de les propostes que es feien, va abandonar Google.

Com desestructurar l’atenció i la relació amb la realitat

Recollirem de manera sumària alguns d'aquests factors que afecten la capacitat d'atenció i les dinàmiques del disseny, propis de les aplicacions que donen vida a l'anomenada economia de l'atenció.

L'acceleració i l'excés dels fluxos d'informació no deixa d'augmentar, amb dues conseqüències directes: l'alternança de punts d'atenció i la dificultat de filtració. L'acceleració en molts àmbits de la vida és un fenomen previ a internet. Però, pel que fa al flux de la informació, Internet i el multicanal (la presència de múltiples canals de transmissió alhora), l'accelera i multiplica.

Pensar en la possibilitat de la multitasca, o la multiatenció, és una fal·làcia. La realitat és l'alternança entre ocupacions. És a dir, una interrupció constant de l'atenció, que va canviant permanentment d'objectiu. Aquestes interrupcions afecten i ocupen molt més que el temps que es triga a reaccionar a tal o qual avís que pugui estar arribant des de qualsevol de les pantalles que són a l'abast. Fins i tot sense entrar en una cadena de visites, re situar l'atenció al punt on s'estava, exigeix temps i esforç; i a mesura que se succeeixen les interrupcions aquesta reconexió resulta ser cada cop més superficial, menys compenetrada amb allò que s'estava atenent i, per tant, menys creativa i resolutiva.

N. Carr, a *Superficiales* (2017), analitza l'ambivalència del flux d'informació digital. D'una banda, amb les xarxes socials la capacitat de compartir es multiplica, es dispara a tots nivells, permet mostrar creacions, compartir pensaments, estar en contacte, alhora que fomenta la interrupció, l'alternança, la manca de concentració i la capacitat de processar la informació. També ell insisteix que el *quid* cal buscar-lo en l'interès de les empreses en què l'usuari no s'aturi en una informació, que divideixi el temps de connexió en el màxim de visualitzacions diferents possible, atenent als infinits reclams que se li presenten. En una entrevista Carr responia que no havia pretès escriure un llibre d'autoajuda, sinó que es limitava a alertar sobre les conseqüències de la direcció que està prenent el món digital. La capacitat de distracció dels micromissatges, enviats sense pausa, és enorme, afeblint més i més la capacitat de concentració. L'habilitat de concentrar-se en alguna cosa és clau per a la memòria a llarg termini, pel pensament crític i conceptual i també pels *tempos* que requereixen les emocions per ser processades i, per tant, per a la possibilitat de desenvolupar empatia. Per a N. Carr, el deteriorament de l'atenció i la deshumanització van de la mà.

Deteriorament de la funció de filtratge. L'excés d'inputs d'informacions fa que quedi superada la funció de filtratge per la qual l'escorça prefrontal del cervell dóna pas a la incorporació de les informacions que considera rellevants, deixa de filtrar adequadament. D'aquí que l'atenció queda ofegada per la presència d'excés d'informació que se solapen entre si i impedeixen l'exercici adequat de l'atenció que es troba amb massa punts

simultanis d'atenció. La resposta constant de les capacitats cognitives a l'acceleració i a l'excés comporta deficiències en la comprensió, ja que comprendre requereix d'una atenció sostinguda, deficiències d'interpretació, d'imaginació, d'establir relacions mentals, etc. Una de les conseqüències és la dificultat de poder bregar amb textos escrits que exigeixin una concentració d'una certa continuïtat. La desaparició progressiva de la lectura sostinguda es mostrarà com a símptoma i causa, alhora, de l'atròfia de l'atenció.

Small i Vorgan parlen de l'estat "d'atenció parcial contínua" a què l'entorn digital sotmet als nostres cervells. L'estat consisteix en estar permanentment ocupats, sempre atents, però sense centrar-nos mai de debò en una cosa concreta. És un estat de vigília constant que ens manté atents a l'aparició, en qualsevol moment, d'un avís o d'una informació, fent-nos sentir així connectats al medi. Això vol dir que, al mateix temps que s'està nodrint l'ego, el sentit relacional i la valoració personal, es va generant un cansament cerebral que dificulta la veritable atenció continuada, la reflexió i la presa de decisions.⁷

Obstacles a la lectura atenta. Maryanne Wolf ha estudiat detingudament les conseqüències de la progressiva pèrdua de l'exercici de la "lectura profunda", o atenta, o crítica; és a dir, la pèrdua de la capacitat de comprendre allò que s'ha llegit i poder-ho explicar i fer-ho entenedor a altres persones. Ben diferent de la lectura d'escaneig, merament informativa, en què els ulls rellisquen per damunt les pàgines o la pantalla. Subratlla que els éssers humans no han nascut per llegir, no hi ha cap disposició genètica que ens prepari per la lectura. Cal un aprenentatge que és possible per la plasticitat del cervell dels infants. Aquest aprenentatge proporciona beneficis insubstituïbles en diversos àmbits de la vida individual i social, ja que implica un complex d'activitats que contribueixen a la comprensió: processos deductius, l'habilitat per fer analogies, l'anàlisi crítica, la reflexió, la imaginació i la intuïció. I, en concret, pel que fa a les obres de ficció, el procés de lectura atenta permet veure i viure des de la pell dels personatges, en un exercici que contribueix a comprendre la consciència d'altres persones, a compartir-ne emocions i conflictes, a augmentar la capacitat d'empatia.⁸

J. Hari també dedica un capítol a la caiguda de la lectura sostinguda, presenta una sèrie d'estudis sobre la relació entre els processos de lectura i el desenvolupament de la capacitat de comprensió des de l'empatia. I compara el missatge que transmet el suport pel qual ens arriben els continguts⁹. Tenir un llibre a les mans ens "diu" que la vida és complexa, que si la volem entendre, cal dedicar un cert temps per pensar-hi. Que té valor saber deixar de banda ocupacions i preocupacions per tal de poder parar atenció a alguna realitat, pàgina a pàgina. Que la reflexió en profunditat sobre com viuen i pensen altres persones ens enriqueix. Mentre que les xarxes ens "diuen" ben bé el contrari.

El missatge de les xarxes. Tal com s'estan desenvolupant les xarxes socials (sota l'únic criteri de la "implicació") i les informacions que s'absorbeixen i s'emeten a través d'elles, el missatge que va calant progressivament, és que n'hi ha prou amb afirmacions breus per explicar la realitat, que no cal més. I que el grau d'interès o aportació d'una afirmació és equivalent a l'aplaudiment immediat d'un alt nombre de persones. Que el valor de la vida i

⁷ Small, G.; Vorgan, G. *El cerebro digital*. Urano, pgs. 33-34.

⁸ Wolf, M. *Lector, torna als llibres: el cervell lector en un món digital*. Viena, 2021. pgs. 55-89.

⁹ Hari, J. *Op. cit.*, pp. 119-122.

de les situacions es correspon amb que siguin mostrades a l'opinió pública i, per tant, el més valuós és allò que ha aconseguit l'aprovació immediata del nombre més gran de persones. "Amistat" es converteix o es tradueix en "aplaudiment", en reacció positiva immediata. L'empatia i els llaços socials es transformen en un cultiu de "l'amistat" consistent a atendre permanentment allò que els altres mostren, sense deixar d'aplaudir. Una xarxa com Instagram subratlla, a més, que el factor més important és com ens veiem i ens veuen externament. Talment el mirall de Blancaneus, la pantalla esdevé jutge. I es fa inevitable la contínua comparació de la pròpia vida i el propi cos amb el mostruari de cossos i models de vida que circulen davant dels nostres ulls "pantallats".

Una imatge externa a la qual una xarxa com a TikTok hi afegeix, a més, l'acció. Els vídeos pujats a TikTok són perfectes per sumar tots aquests missatges en una actuació d'uns quants segons. Independentment que n'hi ha que probablement són veritables obres mestres, l'algoritme¹⁰ de TikTok sap molt bé què ha de mostrar a cada usuari. Amb les dades recopilades d'avant mà, l'algoritme és capaç de suggestionar, influenciar i modificar els hàbits i la conducta de les persones, fins a un grau de sotmetiment i explotació impensables. Mai abans el mercat no havia tingut accés a uns àmbits vitals tan íntims. La reducció d'hores de descans és palesa. Si, a més, hi sumem que el temps dedicat a les pantalles redueix dràsticament el temps d'interacció directa amb l'entorn i les persones.... Ens diu Byung-Chul Han:

"La comunicació a través de l'*smartphone* és una comunicació descorporitzada i sense visió de l'altre. La comunitat té una dimensió física. Ja per la falta de corporeïtat, la comunicació digital debilita la comunitat. La vista solidifica la comunitat. La digitalització fa desaparèixer l'altre com a mirada. L'absència de mirada també és responsable de la pèrdua d'empatia en l'era digital."¹¹

Com ja he esmentat, aquí hauríem de tenir també presents els videojocs. Ja abans de l'expansió de les xarxes, van fer aixecar les alarmes pels seus components addictius i pertorbadors. Poden mantenir capturades les persones en el món virtual que creen, entrenant-les en comportaments impensables a l'entorn presencial, proposant reptes i accions que poden arribar fins a l'autodestrucció, passant per l'aïllament social o l'insomni.

Els reforços positius. Un factor més a tenir en compte és la manipulació psicològica amb què treballen les aplicacions i plataformes, ensinistrant les ments a desitjar recompenses freqüents: més i més dependents de reaccions immediates, cors, *likes* i aplaudiments. Les transformacions als circuits neuronals s'afermen amb la repetició. Qualsevol estímul que es repeteixi amb prou freqüència establirà un consegüent conjunt de camins a la xarxa neuronal del cervell, que es poden convertir en permanents. Un cop establerta la necessitat d'aprovació immediata, cal alimentar-la i sostenir-la constantment. En cas contrari, l'onada

¹⁰ En català, *algoritme* o *algorisme*. Feta la consulta i l'aclariment, aprofito per recordar-ne el significat. Segons el Termcat: "conjunt finit d'instruccions o passos que serveixen per a executar una tasca o resoldre un problema." Un algoritme s'expressa habitualment com una seqüència d'ordres per a un ordinador, sovint escrites en forma de pseudocodi, de manera que es puguin convertir fàcilment en sentències de diferents llenguatges de programació.

¹¹ Byung-Chul Han. *No-coses. Canvis radicals del món en què vivim*. La Magrana, 2021, p.35-36.

de frustració ocupa tota l'atenció i l'àmbit emocional¹². Aquests reforços positius són molt menys evidents i continuats en el món “presencial”, i d'aquí a tendir a refugiar-se més i més en companyia de relacions virtuals, envoltats d'un nombre d'“amistats” digitals –que ha de ser sempre creixent.

Les àmplies oportunitats de compartir, donar a conèixer, donar veu, que ofereixen les xarxes, fins i tot quan no es disposa de grans mitjans, té conseqüències de diferent naturalesa. Hem estat testimonis de com es pot participar (o influir) a les dinàmiques polítiques i socials, des de qualsevol racó del planeta. Hem vist amb quina facilitat han pogut propagar-se moviments espontanis de resposta o de reacció a determinades situacions, però sabem també de les grans inversions d'Estats i corporacions per influir en l'opinió ciutadana i controlar-la. O també el fenomen de les microcelebritats (*influencers*), que alimenta i motiva la confiança que qualsevol pot sortir de l'anonimat si s'ho proposa. I d'aquí el consegüent reforç de les dinàmiques de l'egocentració, polaritzades cap a la fama, el reconeixement i l'aplaudiment, al preu que sigui, perdent de vista la realitat.

El biaix negatiu. Quan algú obre Facebook, YouTube, o altres plataformes, es podrien veure milers de coses. Algú encara podria pensar que està veient els darrers missatges penjats, o que la tria és aleatòria. Res més lluny de la realitat. Les plataformes estan acuradament programades per decidir automàticament què mostren. Es podrien fer servir tota mena d'algoritmes per orientar aquesta selecció i l'ordre en què s'ofereixen els continguts. Però la programació obeeix a un principi: atrapar l'atenció de la persona usuària el màxim de temps. Així que l'algorisme sempre s'orienta a determinar què és el que seguim mirant per administrar més d'això que atrau la nostra atenció. La qual cosa està tenint unes conseqüències no previstes, de gran importància. Està més que comprovat que els humans, de mitjana, ens quedem mirant més temps allò negatiu o indignant que allò positiu i tranquil·litzant. Així doncs, sota la guia de la balança de la implicació, és evident l'avantatge que suposa el “biaix negatiu”. Un algorisme que prioritza mantenir l'usuari enganxat a la pantalla també prioritza, sense pretendre-ho, indignar i irritar. Només cal omplir les entrades de Facebook amb expressions d'indignació per multiplicar els *likes* i el nombre de gent que compartirà aquella entrada. La indignació, el rebuig i l'odi van penetrant al moll de l'os de les societats. A més de generar i alimentar la indignació, les diferents plataformes fan sentir la presència de la ira de les altres persones, la qual cosa desencadena respostes psicològiques de defensa (i atac) davant dels potencials perills. En aquest moment, les afirmacions falses es propaguen per les xarxes molt més de pressa que la veritat, a causa dels algoritmes que escampen continguts indignants més de pressa i arribant més lluny. S'activa una reacció en cadena que dificulta i distorsiona progressivament la comprensió de la realitat.

Els algoritmes “saben” que cal disseminar *fake news* i teories que augmentin les dosis d'odi, por i ràbia entre els usuaris perquè això fa que la gent estigui més temps a les plataformes i envii enllaços perquè els seus amics també es puguin enfadar, tinguin por i

¹² Small, G.; Vorgan, G. *Op.cit.*, pp. 19-30.

romanguin a la plataforma. Tot això forma part dels profunds canvis que estem presenciant en el teixit social i les idees compartides, sense que ningú se'n senti responsable.¹³

O sense voler-ne reconèixer la responsabilitat.

L'inici del canvi

L'any 2020 Facebook va dur a terme una investigació interna davant la sospita que els seus sistemes de recomanació potenciaven els extremismes, els grups racistes i feixistes, i que eren el motiu d'altres disfuncions socials. Els executius de l'empresa van ignorar els demolidors resultats de l'informe així com les recomanacions dels seus propis experts i responsables. Això va impulsar a la enginyera de Meta, Frances Haugen, a deixar la companyia emportant-se'n 21.000 documents interns, i a filtrar-los al Congrés americà i al diari *The Wall Street Journal*. Amb tota aquesta informació, el diari publicava el 2021 una sèrie d'articles, posant al descobert els resultats de les anàlisis internes. Es va saber que la investigació havia pogut comprovar que el 64% de les persones de tot el món que s'unien a grups extremistes ho feien perquè els algoritmes de Facebook els ho havien recomanat directament. Que la plataforma es feia servir per reclutar terroristes o per gestionar les activitats dels càrtels de droga mexicans. Capítol apart eren els efectes en nens, nenes i adolescents. Van poder constatar amb tota evidència que els mètodes emprats per Facebook i Instagram eren darrere dels trastorns alimentaris i els intents de suïcidi de joves i adolescents a tot el món. I com les estratègies comercials d'Instagram accentuen la inseguretat i la depressió, en un grau més alt entre nenes i adolescents. Als documents filtrats per Haugen es podien llegir coses com: "els nostres algoritmes exploten l'atracció que el cervell humà sent per la divisió", "si no ho controlem, la plataforma subministrarà als usuaris continguts cada cop més disruptius en un intent d'obtenir l'atenció de l'usuari". La pròpia investigació interna arribava a la conclusió que calia abandonar l'actual model de negoci. Com que el seu creixement estava vinculat a uns resultats ben tòxics, l'empresa havia de renunciar a seguir creixent. La reacció dels executius va ser ridiculitzar l'informe i ignorar-lo.¹⁴

Les revelacions de Frances Haugen van impulsar l'inici del canvi. Quaranta-un Estats americans van interposar una denúncia contra Meta per mentir i afectar la salut mental dels joves. I el Congrés va començar la seva pròpia investigació com a base per desenvolupar lleis en protecció de la ciutadania. En la seva declaració davant d'un comitè del Senat, Haugen va declarar que "la companyia sap com fer Facebook i Instagram més segurs, però no faran els canvis necessaris perquè han posat els seus beneficis astronòmics per davant de la gent. Cal una acció del Congrés."

A Europa, el mes de febrer de 2024 va entrar en vigor la Llei de Serveis Digitals, el codi normatiu de la UE que té per objectiu que l'entorn en línia sigui més segur, més just i transparent, per tal de protegir els usuaris. Però de moment no es pot baixar la guàrdia. Si no hi ha autèntica pressió pública, les grans tecnològiques no canviaran d'estratègia. Estan ben preparades per dedicar una part dels seus beneficis a fer front a les multes que calgui. De moment fan alguns retocs de maquillatge, com incloure avisos als adults recomanant-ne

¹³ Johann Hari. *Op. cit.*, pp. 178-187, 224-236.

¹⁴ *Ibidem*, p. 228-229.

un us responsable i especificant que no són productes per la gent menuda, mentre continuen dissenyant-los per atraure al públic infantil i adolescent, assegurant-se així el seu futur comercial.

F. Villar Cabeza, que és especialista en prevenció en conducta suïcida a la infància i adolescència, no deixa de denunciar-ho. Hi ha massa enginyers, dissenyadors, psicòlegs especialitzats en el comportament humà, tota una indústria desenvolupant estratègies per capturar l'atenció, estratègies pensades per equips multidisciplinars d'experts, pagats per les tecnològiques. Ni criatures ni adults tenim prou recursos cognitius i emocionals per combatre contra tot això.¹⁵ “Sens dubte –escriu–, les pantalles i la digitalització NO són la causa única del malestar dels nostres adolescents i joves. Tampoc són la causa única de l'obesitat infantil, ni de les pèrdues visuals, ni de l'insomni, ni dels problemes d'aprenentatge, ni dels problemes de socialització, ni de l'ansietat i la depressió, ni del trastorn de la conducta alimentària, ni del suïcidi, ni del fracàs escolar, ni del conflicte amb els pares, ni de les diferents formes de violència en què es veuen involucrats els nostres joves, com a víctimes o assetjadors. Però sí que semblen contribuir negativament en tots i cadascun d'aquests trastorns, no només agreujant-ne els quadres, sinó també incrementant-ne la prevalença en molts casos.”¹⁶

Davant d'aquest panorama veiem propostes que, d'alguna manera, combinen decisions a nivell personal i accions de cara a lluitar contra el sistema. Com a actituds a nivell personal, J. Hari insisteix en la importància de no culpabilitzar-se, de ser conscients que som davant d'un monstre xuclador i que ens cal estratègia i decisió per tal que no ens xucli. Mantenir-se lluny del telèfon, desconnectar telèfon i ordinador del wi-fi a hores convingudes, desconnectar-se de les xarxes alguns períodes l'any, dedicar estones a passejar, a deixar-se tocar per l'aire i el sol, prendre's seriosament la imperiosa necessitat de dormir i descansar. Pel que fa a la lectura, Maryanne Wolf proposa intentar una doble alfabetització amb l'objectiu de construir un circuit cerebral pluripotencial. Partint del model del bilingüisme pensa que seria possible que els infants desenvolupin la capacitat de canviar de codi amb rapidesa i eficàcia. Això podria servir a nivell de la comprensió lectora, a nivell de recuperar la capacitat de lectura atenta. Però no té a veure amb tota la resta de factors de les tecnologies relacionats amb la desconexió de la realitat.

Pensant en les primeres edats, s'insisteix també en la importància del joc. Afavorir espais i condicions per a que nens i nenes puguin jugar, jugar movent-se, jugar arriscant-se, jugar en llibertat, jugar perquè sí. El joc com a interrelació amb els companys i companyes, com a contacte amb la natura, o amb la realitat urbana, com a exercici que desenvolupa coordinació, atenció, concentració, flexibilitat, imaginació, creativitat, etc. etc. Per redescobrir, o no deixar de viure, el benestar del contacte directe amb els altres i amb l'entorn. El joc com a connexió i aprenentatge de vida.

Però, a més, cal una “rebel·lió de l'atenció” –defensa J. Hari. Les transformacions socials no s'han fet soles. Sense la lluita feminista, o les lluites de gènere, o altres moviments socials, la societat seria ben diferent avui. “No som uns camperols medievals suplicant a la cort del rei Zuckerberg unes molles d'atenció. Som ciutadans lliures que vivim en

¹⁵ F. Villar Cabeza, *op. cit.*, pp. 76-93.

¹⁶ *Ibidem.* p. 125-126

democràcies, som amos de les nostres pròpies ments i de la nostra pròpia societat i, junts, les recuperarem.”¹⁷ Tant ell com F. Villar Cabeza citen unes paraules de James Williams:

“Jo creia que ja no quedaven lluites polítiques... Com d’equivocat estava. L’alliberament de l’atenció humana podria ser la batalla moral i política definitiva del nostre temps. El seu èxit és la condició prèvia per al triomf de pràcticament totes les altres lluites.”¹⁸

Quanta raó té. Sense capacitat d’atenció, i sense marge per un interès genuí per la realitat, no es donen les mínimes condicions imprescindibles per un desenvolupament humà veritablement humà. I sense ell, com podríem fer front als reptes de la vida, la personal, la social i la planetària?

Ara que hem vist i comprenem una mica millor la lògica (o la no lògica) d’aquest escenari, farem encara una ullada a les conseqüències de tot plegat pel cultiu de la qualitat humana.

Capitalisme de l’atenció i qualitat humana

Hem vist, sabem, que el cultiu de la qualitat humana és el cultiu de l’interès gratuït, genuí, per la realitat, per la vida; el cultiu d’un interès que neix i creix en presència de la realitat, prestant-li més i més atenció. Demana que les capacitats es moguin en la gratuïtat, o des d’un ego “no egoista”, un ego que deixa d’identificar-se amb el néixer i morir d’un breu moment i fragment de vida, sabent-se en comunió amb tot. Fent servir una expressió de Nisargadatta, es tracta de ser “adequadament egoistes”, sentint la continuïtat, la comunió, la unió, de totes les formes de vida. Aleshores el meu bé esdevé el bé de tots els éssers. Buscar la meua felicitat és buscar la felicitat de tots els éssers, és estimar-ho tot, és ser-ho tot.

Sabem també que a les naturals resistències que presenta el sentir egocentrat a dur a terme aquest canvi de perspectiva, aquesta transformació, hi hem d’afegir la “distància” de la realitat, conseqüència de l’omnipresència de ciències i tecnologies, la vida urbana, etc. Però, ara hem vist, que encara hi ha més. Que l’anomenada economia de l’atenció no és que allunyi, és que distorsiona la realitat. Distorsiona el desenvolupament emocional humà, així com la possibilitat d’establir connexions amb la realitat, la natural i la humana, la connexió amb la nostra pròpia “realitat real”. I sense aquesta connexió, com podria despertar-se l’interès i la comprensió?

Fixem-nos, per exemple, en la motivació. La motivació s’arrela en el desig, i aquest està en connexió amb les necessitats i expectatives del jo. No hi ha mestratge de saviesa que no s’aturi a considerar com reconduir el desig per portar-lo, des dels automatismes del jo, fins a la seva profunditat gratuïta. Geneviève Lanfranchi, en una proposta per ajudar a gestionar el món dels desigs (i alimentar l’àmbit de profunditat) subratllava la diferència entre els desigs directes i indirectes. Recordem-ho.

Desig directe és desitjar alguna cosa per si mateixa. Desig indirecte és desitjar, no la cosa per si mateixa, sinó desitjar els fruits o resultats que se’n deriven. Aquesta diferència no és un invent de G. Lanfranchi, és ben coneguda en el món de la psicologia i, com no pot

¹⁷ J. Hari. *Op. cit.*, p.382.

¹⁸ J. Williams. *Stand out of our light*. Cambridge University Press, 2018, p. xii

ser d'una altra manera, també en el món de les tecnològiques. Potser la terminologia més habitual és referir-s'hi com a desig o motivació intrínseca (directa) o extrínseca (indirecta).

Si m'agraden els espinacs, el desig de menjar-ne és directe, intrínsec. Si no m'agraden, però me'ls menjo per aconseguir el petó de la mare, el desig que ha motivat l'acció de menjar és indirecte o extrínsec: és desig de petó, no de menjar espinacs.

Puc tocar el piano perquè vull complaure algú, o per destacar entre les amistats: aquests són desigs indirectes en relació a aquella acció. Però potser a base de tocar el piano arriba a agradar-me de debò. I desitjo tocar-lo pel goig que m'aporta, per l'interès que em desperta: en aquest cas, el desig ja és directe. Els desigs indirectes poden motivar i alimentar unes actituds i activitats que arribin a generar un desig directe.

Per què és important tenir en compte aquesta distinció? Perquè l'interès genuí per una realitat, per un tema, només pot sostenir-se sobre el desig directe, per l'interès de debò per allò. No per uns resultats, no per la valoració externa. Com l'amor, serà veritablement amor en la mesura que sigui més i més gratuït, sense esperar res a canvi. La nostra dimensió de qualitat fonda es defineix per la seva gratuïtat. Per tant, es defineix pel seu veritable interès per un ésser o situació. És a dir, viure des de la nostra profunditat gratuïta comporta que els desigs indirectes perden força, o fins i tot desapareixen. Que perden força les expectatives d'uns resultats o èxits, mentre creix l'interès directe per l'àmbit que sigui de la vida, perquè sí, perquè s'ho val.

L'objectiu de la proposta de G. Lanfranchi és que la persona pugui adonar-se de fins a quin punt potser s'està movent condicionada per una sèrie de desigs indirectes o secundaris, o extrínsecs, sense ser-ne conscient; condicionada tant per unes expectatives pròpies, personals, com per les expectatives dels altres vers ella, sense arribar a descobrir, a escoltar, o a posar en valor, algun desig directe valuós ofegat en algun racó, alguna cosa que estima de debò, que atrau veritablement el seu interès. I que dedicar-li atenció, la podria fer sentir veritablement feliç. Perquè viure sota expectatives i pors, és a dir, viure sota la dependència dels desigs indirectes, és viure en un buit de sentit, sense estimar de debò allò que fem, allò que som i allò que els altres són.

A la infància, a la joventut, a l'edat adulta, són els interessos directes, intrínsecs, els que conviden al veritable interès. Si alguna cosa ens resulta interessant, important, atractiva, ens hi impliquem més, i més fàcil ens resulta mantenir l'atenció (tot i les dificultats...). Si hi ha interès directe, la realitat, interior i exterior, pot cobrar força, fer-se present. En una vida emocional dominada per la dependència als motius extrínsecs, tot queda envaït per les ànsies de l'egocentració. Recordem que unes motivacions relacionades amb expectatives, que busquen alguna mena de resultat, ens poden portar a practicar accions o activitats que despertin una motivació directa, intrínseca.

Situem-nos ara en la perspectiva de les estratègies que fan servir les empreses tecnològiques, que coneixen molt bé els dos tipus de motivació que són a la base de les decisions humanes. La política dels "reforços immediats" amb els seus *likes* i cors, busca enfortir més i més els mecanismes de la motivació extrínseca, sotmetent més i més la dinàmica del desig a la submissió, a la dependència d'aquests reforços immediats. El circuit neuronal es referma amb la repetició. Si amb un simple gest d'un dit el desig queda recompensat, la persona està cada cop menys capacitada per atendre al que sigui si no rep una recompensa immediata. Estigui o no la persona interessada en alguna cosa, la motivació

extrínseca ben aviat condueix la seva vida, mentre que els motius intrínsecs que poguessin existir s'aniran pansint, potser sense ni haver-los descobert o tastat.

Si el desenvolupament d'interessos directes (és a dir, d'algun tipus d'atracció per part de la realitat) ja estava quedant dificultat per la manca de contacte "cos a cos" amb la realitat (contacte amb tots els sentits, estones de no-fer, de joc, de divagar, etc.), la "inoculació" continua de reforços immediats, així com el segrest permanent de l'atenció a través de tàctiques i estratègies de molta precisió, fa que les probabilitats que la realitat es pugui fer sentir quedin reduïdes a nivells mínims. A la història de la humanitat, mai havia estat tan improbable.

Quan una suposada felicitat basada en el constant exhibicionisme, deixa les regnes en mans de la motivació indirecta, més i més dependent de la reacció externa, difícilment hi haurà ocasió d'assaborir la peculiar felicitat d'aquells moments d'implicació real en un tema o tasca, fruit de la concentració, de ser del tot presents, en profunda comunió amb alguna cosa. La necessitat del reconeixement immediat va envaint progressivament el pensar, el sentir i l'actuar. No només en els moments precisos que pengem missatges o reaccionem als de les "amistats", sinó que la ment no deixa de projectar, preparar, assajar, triar, valorar, en funció d'aquest horitzó únic, dominat pel culte a la imatge personal.

Tot el contrari de la dinàmica que procuren les estratègies de gestió del desig que són al servei de la qualitat humana, estratègies que miren d'aconduir el desig i l'interès a enfocar-se més enllà de la identitat personal, o dels jocs del "personatge" amb el qual ens identifiquem.

Atrapada a haver de captar els senyals de valoració externa, l'atenció no es pot focalitzar realment en un tema, en alguna cosa o en algú. Interès i atenció van de la mà. Interessar-se per alguna cosa implica parar-hi atenció, atendre aquesta realitat des de la ment, el sentir, l'actuar. Recordem aquelles paraules de Josep M^a Esquirol:

"Sense l'atenció, el món resta, per a nosaltres, a l'horitzó d'allò indeterminat, mentre la nostra consciència distreta està *com* en una altra banda. Gràcies a l'atenció notem allò valuós, i bo, i bell d'aquest món, mentre que distrets, deixem escapar com a cosa baladí les veritables perles de la vida."¹⁹

L'atenció sostinguda és condició de possibilitat de la qualitat humana. Com a facultat, l'ús concentrat i focalitzat de la ment no és ni deixa de ser egocentrat o gratuït: dependrà de l'actitud del jo que guia aquesta atenció. L'art de motivar l'atenció sostinguda, més enllà de l'atenció instrumentalitzada pel radi de les demandes, els automatismes i les reaccions del jo, és del mateix ordre que allò que hem vist en relació a l'interès desinteressat. Fins a cert punt, és un repte que es desprèn de la pròpia naturalesa humana, lingüística i egoica. Però l'ús del poder de les tecnologies per dominar i sotmetre les voluntats a uns interessos econòmics, penetrant en les ments i deteriorant profundament la capacitat d'atenció, ja són figures d'un altre paner.

Acabem amb una mirada esperançada. La literatura sobre el tema insisteix que no són les tecnologies en si mateixes, sinó com es programen, l'ús que se'n fa al servei d'un

¹⁹ Josep M^a Esquirol. *El respeto o la mirada atenta: una ética para la era de la ciencia y la tecnología*. Gedisa, 2006. p.115-116.

determinat model de benefici; cal estudiar altres possibilitats com ara sistemes de subscripció, participació pública, etc. Fora de l'actual model, es descriuen una infinitat d'aplicacions possibles al servei d'alimentar l'interès profund per la realitat, per les persones, pel planeta. Aplicacions afavorint trobades presencials de qualitat, alimentant la interrogació i la sorpresa, connectant persones per compartir interessos i compromisos, etc. Som a temps de canviar de rumb? Difícil, però no impossible si hi ha una àmplia mobilització social urgent canvis. No seran els executius de les diferents empreses implicades qui farà marxa enrere o renunciarà al creixement dels seus guanys.

Conclusió: ciències i tecnologies no són enemigues de la qualitat humana. El capitalisme de l'atenció sí. Deshumanitza.

Teresa Guardans, 2025

Orientació bibliogràfica

Blakemore, S.J.; Frith, U. *Cómo aprende el cerebro. Las claves para la educación*. Ariel, 2011. 351 p.

Bueno, David. *Neurociència per educadors*. Rosa Sensat, 2019. 176 p.

Byung-Chul Han. *No-coses. Canvis radicals del món en què vivim*. La Magrana, 2021. 160 p

Carr, Nicholas. *Superficiales ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Taurus, 2017. 344 p.

Csikszentmihalyi, Mihaly. *Fluir (Flow). Una psicología de la felicidad*. Kairós, 2000. 447 p.

Hari, Johann. *El valor de la atención. Por qué nos la robaron y cómo recuperarla*. Península, 2023. 442p.

Jubany, Jordi. *¿Hiperconectados? Educarnos en un mundo digital*. Lectio Ediciones, 2017. 158 p.

Rivera, Laura G. *Esclavos del algoritmo. Manual de resistencia en la era de la inteligencia artificial*. Debate, 2025. 328 pgs.

Small, Gary; Vorgan, Gigi. *El cerebro digital. Cómo las nuevas tecnologías están cambiando nuestra mente*. Urano, 2009. 254 p.

Villar Cabeza, Francisco. *Com les pantalles devoren els nostres fills*. Herder, 2023. 152 p.

Wolf, Maryanne. *Lector, torna als llibres. El cervell lector en un món digital*. Viena, 2021. 272p.