

HENNEO MEDIA S.A.

Presidente: Fernando de Yarza López-Madrado
 Consejero Delegado: Íñigo de Yarza López-Madrado
 Director de Medios: Miguel Ángel Liso Tejada

HERALDO DE ARAGÓN EDITORA S.L.U.

Presidenta: Paloma de Yarza López-Madrado
 Vicepresidente: Fernando de Yarza Mompeón
 Director del Negocio Prensa: Ignacio Martínez de Albornoz
 Gerente de Medios Regionales: Eliseo Lafuente Molinero

Director: Miguel Iturbe Mach

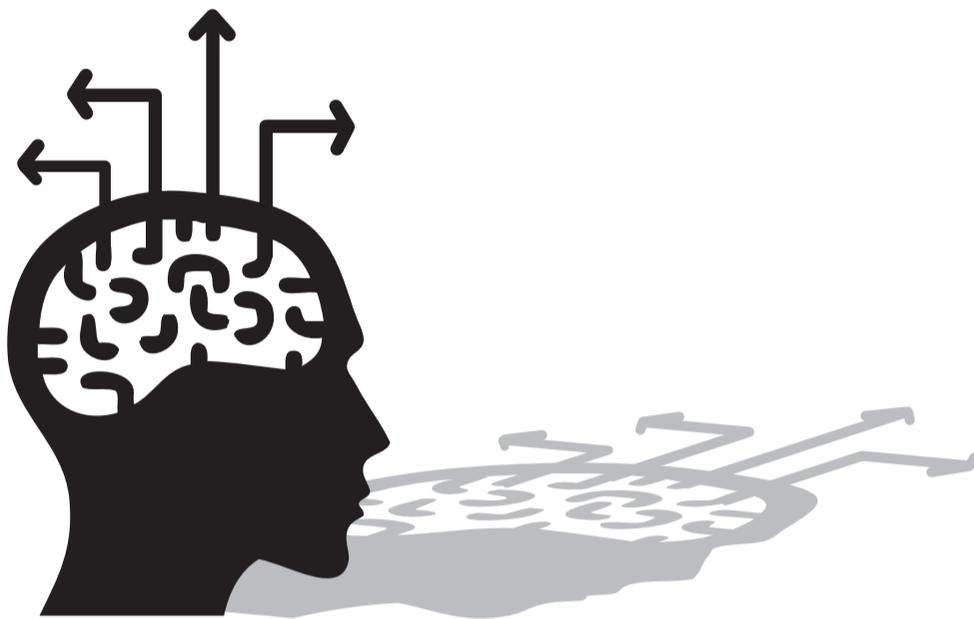
Subdirector de Información: Santiago Mendive. Subdirectora de Desarrollo Digital: Esperanza Pamplona. Redactor-Jefe de Organización y Cierre: Mariano Gállego. Adjunto a la Dirección

para Opinión: José Javier Rueda. Política: Mónica Fuentes. Economía: Luis H. Menéndez. Municipal: Manuel López. Digital: Nuria Casas. Deportes: José Miguel Tafalla. Cultura: Santiago Paniagua. Fotografía: José Miguel Marco.

LA FIRMA | Por José Javier Rueda

La era de la atención

Nuestra época es la 'era de la atención' más que la 'de la información'. La atención humana se ha convertido en el recurso más escaso en medio del torbellino informativo que envuelve constantemente al ciudadano



HERALDO

Valor y precio son dos conceptos muy relacionados, pero distintos como ya avisaba Quevedo: «Sólo el necio confunde valor con precio». El valor es un concepto de carácter subjetivo y abstracto, su cuantía depende de la apreciación personal. En cambio, el precio es un concepto objetivo que puede medirse fácilmente y que depende de la ley de la oferta y la demanda. Por ejemplo, en nuestra sociedad se ha disparado la oferta de información; sin embargo, escasea la atención. En consecuencia, lo que cada vez es más valioso es nuestra atención y hay gente dispuesta a pagar un precio cada día más alto por tenerla.

«Se invierten literalmente miles de millones de dólares en encontrar la manera de conseguir que poseís vuestra mirada en una cosa y no en otra; que compréis una cosa y no otra; que os preocupéis de una cosa y no de otra. Este es literalmente el propósito del diseño de muchas de estas tecnologías en las que habéis depositado vuestra confianza para que os ayuden a pilotar vuestra vida». Es lo que afirma James Williams, uno de los estrategas más brillantes de Google durante una década, en su libro 'Clicks contra la humanidad' (2021). La atención ha pasado a ser un bien escaso y codiciado por las grandes empresas tecnológicas, que desvían y explotan nuestra voluntad aprovechándose de la vulnerabilidad psicológica.

Las grandes plataformas son en esencia empresas de publicidad.

De ahí sacan sus mayores beneficios y por ello quieren acaparar toda la atención posible de los ciudadanos. Cada día con más asiduidad, los seres humanos satisfacemos nuestros deseos de consumidores a cambio de nuestra privacidad. Aceptamos la vigilancia intrusiva sin preocuparnos de que los gigantes tecnológicos controlen nuestra libertad y la del mercado. De hecho, acaba de conocerse, sin que haya provocado ninguna airada reacción social, que Google accede a la ubicación de cada usuario español más de 400 veces al día. El promedio de intrusiones diarias entre los europeos es de 376 y entre los estadounidenses, de 747, casi el doble. Según un estudio del Consejo Irlandés por las Libertades Civiles, los datos recabados se emplean para las subastas en tiempo real de espacios publicitarios personalizados que los usuarios ven constantemente al navegar en internet según sus afinidades e historial de navegación. El proceso está automatizado, todo sucede en centésimas de segundo. Se estima que en 2021 este sistema generó unos ingresos de 112.000 millones de euros en EE. UU. y Europa.

Los datos privados de los inter-

El capitalismo, tanto liberal como autoritario, ha pasado de ser un modelo basado en lo material a fundamentarse en la atención

nautas son accesibles para más de 4.500 empresas de todo el mundo, incluidas algunas de Rusia y China. La cuestión es que no hay ninguna forma de controlar cómo y para qué se emplean esos miles de millones de datos. Además, Google no es la única tecnológica que participa de este juego; también lo hacen otros gigantes como Facebook, Amazon, Microsoft y los chinos.

Existe, pues, una auténtica subasta de la atención de la ciudadanía. El filósofo Byung-Chul Han denomina 'capitalismo de la información' a este modelo de control ('Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia', 2022). Y lo asocia a un 'capitalismo de vigilancia' (Shoshana Zuboff) «que degrada a las personas a la condición de datos y ganado consumidor» frente al 'ganado laboral' del que habló Foucault al reflexionar sobre el capitalismo industrial.

El capitalismo, tanto liberal (Occidente) como autoritario (China), ha pasado de ser un modelo económico basado en lo material a una economía basada en la atención, lo que hace que muchos servicios en línea se ofrezcan de forma gratuita. Los ciudadanos olvidamos frecuentemente que cuando Google, Apple, Facebook, Tik Tok... nos ofrecen gratis sus fantásticas y adictivas aplicaciones su objetivo final es mantenernos atrapados en vez de acudir a las de la competencia. Solo buscan nuestra atención porque así es más poderoso su control y sus multimillonarios ingresos.

EN NOMBRE PROPIO

Víctor Juan*

Puentes

Ella tiende puentes. Sí, por extraño que parezca tiende puentes y no es arquitecta ni ingeniera. Algunos de los puentes que tiende son frágiles como pasarelas colgantes. Para construirlos aprovecha todos los materiales que tiene a su alcance: diálogo y empatía, compromiso y determinación, comprensión y generosidad, miradas y sonrisas, complicidad y valor, inteligencia y paciencia, imaginación, tesón, sentido del humor y, de vez en cuando, si toca, lágrimas y un poco de tristeza.

Va y viene por los puentes que ella misma tiende, por los que también transitan mariposas de todos los colores. En el arte de construir puentes para hacer llegar al otro lado confianza, ilusión y esperanza no hay fórmulas infalibles, de esas que sirven siempre. Es cierto que nunca está sola. Tiende puentes que atraviesa cada día cargada de lanzas que luego rompe en favor de quienes necesitan escuchar «puedes hacerlo», «creo en ti», «puedes contar conmigo» o que «pase lo que pase, siempre se puede volver a empezar».

Aunque a veces tiende puentes y rompe lanzas, no es arquitecta ni tampoco va a la guerra. Decidió tomar partido por quienes más lo necesitan, por esas personas que escuchan pocas palabras que invitan a soñar y a ser buenos. Cada día se pone del lado de los que no tienen unos ojos en los que mirarse para interpretar el mundo, ni unos brazos que los acojan cuando vivir en los mares del sur es, tan frecuentemente, un continuo naufragio.

*Director del Museo Pedagógico de Aragón

Javier Usoz

La tesis de Pasolini

Dije la semana pasada aquí que el puritanismo y la digitalización nos llevan a una sociedad opresiva y a la mercantilización total del sexo. Se veta coger de la mano sin permiso firmado y renovado, mientras el país se promociona en Europa luciendo nalgas de mujer en un concurso musical. Y aclaro ahora, por algún comentario recibido, que el feminismo es rehén de este proceso, no agente activo del mismo.

De otra parte, se me replica que la gente sigue practicando el contacto espontáneo y físico de toda vida, y que mi pronóstico es tan sesgado como prever una sociedad yonqui basándose en que muchas personas toman somníferos. Este reproche me ha evocado la tesis de Pier Paolo Pasolini, según la cual, dos décadas de

fascismo mussoliniano en Italia no lograron alterar las esencias del país, campesinas, proletarias, pequeñoburguesas y aristocráticas. Pasolini comparó dicha realidad con la de los años setenta del siglo XX, en la que, según él, el hedonismo consumista, promovido por un nuevo poder empresarial, y que incluía una 'liberación sexual' otorgada, no conquistada, sí habría transformado el espíritu de la población, con una orientación totalitaria.

Adaptando esta tesis, se me ocurre que quizás el puritanismo actual sea un 'postureo' represor, un instrumento de dominación 'post-orwelliano' que, para controlar, amedrentar, 'cancelar', encarcelar y, en general, reprimir, ni siquiera precisa calar en la sociedad. De modo que, si somos personas de bien, podremos piropearlos y buscar libremente la felicidad, aunque tengamos que tomar una pastilla para dormir.

jusoz@unizar.es