



Foto: itnews24hrs.com

dos contactos han interactuado, aunque esto no tenga que ver directamente con el usuario; cuando se tiene un número limitado de amigos, la aplicación insta a que se agreguen más para ver más contenido.

El director ejecutivo de Netflix, Reed Hastings, mencionó en una conferencia Ted Talk que la competencia que más le interesa plantear para su compañía, no son las salas de cine u otras plataformas de *streaming* que incluso pueden ser ilegales. Los videojuegos más populares, como *Fornite*, son vistos por el empresario como su más preocupante competencia, debido a que roban por más tiempo la atención del público.

## EL MANEJO DE LA ATENCIÓN

Es un hecho. Las compañías centradas en el entretenimiento no se conforman con hacer sus productos atractivos, sino que añaden estrategias publicitarias, una cada vez más agresiva que la anterior;

y los más vulnerables a esta especie de robo de la atención son los niños y adolescentes.

Se habla de una “economía de la atención” porque se trata del elemento del que dependen ciertos productos, y es vista como un recurso que cada vez es más escaso. Acuñado por el psicólogo y economista Herbert Simon, el concepto toma en cuenta la atención como el filtro del pensamiento humano.

Gracias al tálamo, distinguimos los estímulos en los que debemos interesarnos para desechar los demás y lograr la concentración. Lo que ocurre es que hoy la información disponible a través de redes sociales lucha por ser lo suficientemente atractiva; pelea por la atención de sus usuarios.

Herbert señala que una gran cantidad de información se traduce en una pobreza de la atención. De hecho, que se tengan más opciones para consumo, no implica que existe una mejor capacidad de decisión o una mayor libertad. El flujo constante de opciones, en este caso de entretenimiento, deviene en una paralización del individuo al no saber qué elegir.