Ciencia y Tecnología

Guía para sobrevivir al presente

Santiago Bilinkis

Facebook compite con twitter, pero también con netflix, spotify, gmail, fortnite o la playstation. todos se disputan tu recurso más escaso que es tu tiempo.

Si te preocupa la cantidad desmesurada de tiempo que dedicamos a nuestros celulares, tu inquietud está justificada. Pensá en la última cena que hayas compartido con tu familia o con tus amigos. La mayoría de nosotros nos sentimos un poco incómodos ante la nueva realidad de que, en cualquier encuentro social, buena parte de las personas estemos más conectadas con nuestras pantallas que con los demás. Como dijeron los astronautas en el Apolo 13, "Houston, tenemos un problema".

Preparando un episodio sobre el tema de mi columna en el programa radial Basta encuesté a 1500 personas de todas las edades, y ¡un 97% opina que los demás están adictos a su celular! La mayoría reconoce también su propio problema: tres de cada cuatro consideran la relación con sus dispositivos digitales como adictiva. Entre los que respondieron, casi todos preferirían que los otros usaran menos sus teléfonos en situaciones sociales y siete de cada diez querría poder controlar mejor sus propios impulsos. Como nota de color, aunque suene increíble, casi 40% de los jóvenes menores de 25 años preferiría estar un mes sin sexo antes que sin su teléfono. Y un 20% hasta un año.

BCR

PROPIETARIO: Bolsa de Comercio de Rosario
Córdoba 1402 - S2000AWV Rosario - ARG
Tel: (+54 341) 5258300 / 4102600
contacto@bcr.com.ar - www.bcr.com.ar

Este material, que se encuentra inscripto en el Registro de la propiedad intelectual bajo el Nº 5.234.463, puede ser reproducido de manera total o parcial citando como fuente Revista Institucional de la Bolsa de Comercio de Rosario.



Este fenómeno no es casual: como desarrollaré a lo largo de mi libro "Guía para sobrevivir al presente", muchas de las mentes más brillantes del mundo trabajan en este momento para acentuar nuestra dependencia de los aparatos digitales, impulsados por una característica esencial de cómo funciona hoy Internet: la entrega de servicios gratuitos a cambio de tu atención y tu información personal.

Veámoslo con un ejemplo. En una transacción comercial, normalmente hay un comprador, un vendedor y un producto o servicio. Cuando vos usás aplicaciones como Facebook, Instagram, YouTube o Gmail, ¿quién es el comprador, quién es el vendedory cuál es el producto?

Te invito a pensarlo por un minuto, antes de que sigas leyendo… El comprador tiene que ser quien paga, en este caso los anunciantes. El vendedor quien cobra, es decir Facebook, Google o quien desarrolló esa aplicación. Pero, ¿cuál es el producto? La respuesta es tan sencilla como impactante: ¡el producto sos vos! O peor aún, el producto es lo más escaso que tenés: tu tiempo y tu atención. Para poder venderte, los sitios necesitan que estés ahí, y desde hace unos años contratan a los mayores expertos mundiales en disciplinas como la neurociencia, la psicología y la economía del comportamiento para diseñar sistemas que permitan atraerte, retenerte y maximizar tu dependencia (engagement). Los estímulos que aparecen cada vez que usás una app o un sitio no son aleatorios: están cuidadosamente elegidos por algoritmos para minimizar la chance de que te vayas a hacer otra cosa o a usar otra app y mantenerte el mayor tiempo posible cautivado.

BCR

PROPIETARIO: Bolsa de Comercio de Rosario
Córdoba 1402 - S2000AWV Rosario - ARG
Tel: (+54 341) 5258300 / 4102600
contacto@bcr.com.ar - www.bcr.com.ar

Este material, que se encuentra inscripto en el Registro de la propiedad intelectual bajo el Nº 5.234.463, puede ser reproducido de manera total o parcial citando como fuente Revista Institucional de la Bolsa de Comercio de Rosario.

En una reveladora e inquietante afirmación, el fundador y CEO de Netflix, Reed Hastings, declaró en abril de 2017 que más que Amazon o HBO, su principal competidor es... ¡la almohada!: "En realidad, si lo pensás, cuando mirás un show en Netflix y te volvés adicto a él, te quedás despierto hasta muy tarde. En última instancia, competimos con el sueño. Y eso representa un volumen disponible muy grande de tiempo". Netflix lo confirmó en un tweet enviado desde su cuenta: "El sueño es mi mayor enemigo". Vendernos productos que no nos hacen bien no es nuevo, pero al menos los ejecutivos de las compañías tabacaleras actuaban a la defensiva. Hastings no tiene reparos en decirnos de frente que su compañía está dispuesta a hacernos actuar en contra de nuestra propia salud con tal de maximizar sus utilidades.

En el mundo del consumo masivo cada producto compite con sus similares: un desodorante, por ejemplo, tiene como rivales a las marcas sustitutas. Sin embargo, en este caso todos compiten con todos. Facebook compite con Twitter, pero también con Netflix, Spotify, Gmail, Fortnite o la Playstation. Todos se disputan tu recurso más escaso que es tu tiempo. Cada minuto que estás atento a otra cosa, como charlar con amigos o incluso dormir, es tiempo que estas empresas no pueden vender a los anunciantes. Por eso incorporan todo tipo de notificaciones visuales y sonoras para recuperar tu atención cuando no estás hipnotizado por tu pantalla.

Si te sentís tremendamente tironeado, ¡es porque lo estás! Un gran grupo de compañías está en una guerra para conquistar tu tiempo. Y estamos perdiendo la batalla: según un estudio realizado por Nokia, en las 16 horas diarias de vigilia encendemos algún dispositivo unas 150 veces, es decir una vez cada 6 minutos.

A ese contexto se suman también las redes sociales. La frase "pueblo chico, infierno grande" expresa cómo, en la época en que la mayoría de la población mundial vivía en poblados pequeños, el hecho de que casi todos conocieran a los demás creaba un ámbito ideal para el chisme y la incomodidad. La migración a las grandes ciudades proporcionó algún grado de alivio, con el anonimato que proporcionan las masas y la distancia a la que estamos durante buena parte del tiempo de las personas que conocemos. Pero las redes sociales devolvieron las características de aquellos espacios pequeños a la sociedad como un todo. Las fotos de Instagram, los muros de Facebook, los mensajes de WhatsApp, son los omnipresentes espejos en que actualmente nos miramos, nos comparamos, nos miran.

De repente, ya no nos miramos en el antiguo espejo de vidrio: nos miramos en la mirada de los demás sobre nosotros, y nos comparamos con las imágenes idealizadas que esos otros nos ofrecen. Nuestro narcisismo y nuestra autoestima quedan íntimamente anudados al efecto que producimos en los demás y el que ellos nos producen. Y mientras antes la mayor o menor aceptación de quienes éramos y lo que hacíamos debía inferirse de indicadores implícitos, ahora cada acto queda sujeto a la cuantificación pública de la cantidad de "me gusta" que recibe.

BCR

PROPIETARIO: Bolsa de Comercio de Rosario
Córdoba 1402 - S2000AWV Rosario - ARG
Tel: (+54 341) 5258300 / 4102600
contacto@bcr.com.ar - www.bcr.com.ar

Este material, que se encuentra inscripto en el Registro de la propiedad intelectual bajo el Nº 5.234.463, puede ser reproducido de manera total o parcial citando como fuente Revista Institucional de la Bolsa de Comercio de Rosario.



Pero quizás el efecto más fuerte surja de no detectar el espejo distorsionado que las redes sociales nos ofrecen. Dado que la mayoría de las personas comparte contenido poco espontáneo de los momentos más interesantes de su día, tenemos la errónea impresión de que todos los demás la están pasando genial y solo nosotros tenemos una vida común, más llena de obligaciones y percances que de risas y puestas de sol. ¡Los filtros de Instagram y los editores de fotos del celular hacen maravillas! Sin embargo, no alcanza con saber que lo que vemos es irreal: el efecto de ese ideal sobre la satisfacción que sentimos con nuestra propia vida resulta inevitable.

Mi primer libro, Pasaje al Futuro, mostraba una mirada entusiasta sobre todas las fantásticas oportunidades que la tecnología traería a nuestra vida a futuro. Pero hace aproximadamente dos años mi mirada empezó a cambiar. Cuando en marzo de 2018 dediqué un episodio de mi columna radial a hablar sobre la relación adictiva que estamos desarrollando con nuestros dispositivos digitales quedé cautivado por este tema: ¿cómo usar bien estas herramientas para que la tecnología haga nuestra vida y la de nuestros hijos más fácil en vez de complicarla? ¿Cómo cuidarnos de los peligros y recuperar el control de nuestro tiempo? Finalmente este tema me inquietó profundamente y me convencí de que hacer un libro sobre esto era necesario y urgente. Así arrancó Guía para sobrevivir al Presente.

No quiero proponerte que te vuelvas anti tecnología y plantear la idea descabellada de que dejemos de usar los celulares. Tampoco que renunciemos a todas las ventajas que ofrecen las plataformas como YouTube, Netflix, Whastapp o las redes sociales. Mi objetivo es que pierdas tu ingenuidad respecto de lo que está pasando con los dispositivos y su efecto en nuestra vida. Que veas el enorme potencial, pero también los grandes riesgos que conlleva el mundo

BCR

PROPIETARIO: Bolsa de Comercio de Rosario
Córdoba 1402 - S2000AWV Rosario - ARG
Tel: (+54 341) 5258300 / 4102600
contacto@bcr.com.ar - www.bcr.com.ar

Este material, que se encuentra inscripto en el Registro de la propiedad intelectual bajo el Nº 5.234.463, puede ser reproducido de manera total o parcial citando como fuente Revista Institucional de la Bolsa de Comercio de Rosario.

digitalizado actual y puedas prepararte vos, preparar a tus hijos y preparar a tus organizaciones para que logren sobrellevar mejor el presente y aprovechar al máximo las oportunidades que se presentan a futuro.

En definitiva, como salida a este embrollo quiero proponerte dar vuelta el problema por completo: que convirtamos a nuestros celulares en una plataforma para vivir experiencias compartidas, en vez de usarlos para encerrarnos cada uno en su propia pantalla.

BCR

PROPIETARIO: Bolsa de Comercio de Rosario
Córdoba 1402 - S2000AWV Rosario - ARG
Tel: (+54 341) 5258300 / 4102600
contacto@bcr.com.ar - www.bcr.com.ar

Este material, que se encuentra inscripto en el Registro de la propiedad intelectual bajo el Nº 5.234.463, puede ser reproducido de manera total o parcial citando como fuente Revista Institucional de la Bolsa de Comercio de Rosario.