

# Attenzione, distrazione, cura: una svolta negli studi critici sull'attenzione?

W. Doyle, C. Roda (a cura di, *Communication in the Era of Attention Scarcity*, Palgrave Macmillan, Cham, 2019)

N. Grandjean, A. Loute (a cura di, *Valeurs de l'attention. Perspectives éthiques, politiques et épistémologiques*, Presses universitaires du Septentrion, Villeneuve d'Ascq, 2019)

G. Franck, *Vanity Fairs. Another View of the Economy of Attention*, Springer, Cham, 2020

A. Aloisi, *La potenza della distrazione*, il Mulino, Bologna, 2020

## Parole chiave

Economia dell'attenzione, sociologia dell'attenzione, politica dell'attenzione

Enrico Campo è assegnista di ricerca presso l'Università di Milano ([enrico.campo@unimi.it](mailto:enrico.campo@unimi.it)).

Per lunghissimo tempo il tema dell'attenzione è stato appannaggio quasi esclusivo della psicologia cognitiva e, più di recente, della neuropsicologia cognitiva. Tanto le ricerche sugli effetti delle nuove tecnologie nello sviluppo della mente, quanto le prospettive che si richiamano all'economia dell'attenzione, basano le loro analisi proprio

sui risultati offerti da queste discipline. Nonostante ciò, negli ultimi vent'anni circa è progressivamente emerso un campo di studi costitutivamente interdisciplinare che ha eletto l'attenzione a oggetto di ricerca privilegiato: storici, teorici dell'arte, psicologi dello sviluppo, filosofi, sociologi, antropologi, teorici della letteratura e dei media, scienziati della comunicazione hanno iniziato a studiare l'attenzione non solo nei termini di un processo biologicamente determinato. Tale dibattito, che ha interessato prevalentemente la Francia e gli Stati Uniti, è ormai sedimentato, al punto che è oggi possibile individuare facilmente i testi considerati canonici. Non solo, poiché si ha ora l'impressione che gli "studi critici sull'attenzione" – per riprendere l'espressione di Kenneth Rogers (2014) – siano di fronte a un passaggio cruciale. Sembra sempre più sentita la necessità di proporre non soltanto un discorso critico della visione dominante dell'attenzione, ma anche un'interpretazione alternativa, attraverso una diversa articolazione dei suoi nodi concettuali costitutivi. Se infatti volessimo individuare alcuni elementi comuni alle diverse prospettive teoriche – intenzione non facile da realizzare, anche a causa della ampia varietà di discipline coinvolte – potremmo indicarne almeno due: 1. la critica al discorso egemonico che, variamente declinato, va sotto il nome di "economia dell'attenzione" – ovvero l'idea secondo cui la vera risorsa scarsa della *net economy* è l'attenzione degli utenti, ed è a questo livello che si gioca la competizione; 2. l'idea, condivisa da tutti anche se variamente declinata, per cui l'attenzione è un processo oltre che biologicamente anche storicamente e socialmente determinato.

Nella presente nota critica, proverò a mostrare come i libri più recenti raccolgano l'eredità di tale dibattito e, allo stesso tempo, tentino di definire in maniera diversa alcune questioni rimaste finora sullo sfondo. In particolare, sembra che la necessità di un approccio più complesso alla tecnologia – discussa nella prima parte della presente nota – rilanci come ineludibile l'analisi di una qualche forma di "politica dell'attenzione" – esaminata nella seconda parte. Infine, proverò a mostrare come, per rispondere a questa esigenza, sembra sia necessario ridefinire il modo tradizionale in cui intendiamo l'attenzione.

[1] Il libro curato da Waddick Doyle e Claudia Roda, *Communication in the Era of Attention Scarcity*, è perfettamente rappresentativo della nuova tendenza degli studi critici, sia perché affronta tutti i temi cui si è accennato, sia perché ospita i contributi di alcune figure storiche di questo campo di studi, come il sociologo Dominique Boullier, il teorico dei media Yves Citton, il poliedrico sociologo e architetto Georg Franck, oltre alla stessa Roda, professoressa di Computer Science che da molto tempo si occupa dell'interazione uomo-macchina in relazione specificamente all'attenzione. Peraltro, il testo è un ottimo punto di partenza anche per chiunque si avvicini a questi temi per la prima volta e, a questo scopo, il capitolo "A Roadmap of Studies in Attention and Digital Technology", a firma di Roda, è certamente prezioso. Nel complesso, l'approccio del libro si differenzia significativamente dalle prospettive tecno-deterministiche più diffuse. Infatti, il "problema dell'attenzione" non è interpretato come se fosse automaticamente ed esclusivamente causato dalla diffusione delle tecnologie digitali; piuttosto, queste ultime sono parte ed esprimono il contesto sociale più ampio. Guardare alla tecnologia come un prodotto sociale significa riconoscere che questa esprime interessi e assunti di progettazione che possono essere, eventualmente, anche in contraddizione tra loro. Esemplare in tal senso è il contributo del professore di Global Communications Robert Payne, dedicato all'analisi della "productivity app", ovvero alle applicazioni che aiutano l'utente a concentrarsi su un unico obiettivo attraverso il blocco di altre applicazioni che possono eventualmente interferire con il compito da svolgere. Tali applicazioni contraddicono quindi gli assunti di fondo che sottostanno alla progettazione dei computer, che Roda aveva altrove identificato come il "sempre di più" e "sempre più veloce", e quindi rappresentano in qualche modo un'anomalia all'interno della "network culture" che è "driven by rebranded versions of promiscuity" e che stimola un'esperienza d'uso basata sulla "divided attention" (Payne in Doyle e Roda 2019, p. 132).

L'interesse per la tecnologia digitale è presente anche nel libro di Franck, *Vanity Fairs. Another View of the Economy of Attention*, sebbene la sua novità venga qui notevolmente ridimensionata. Il sociologo

tedesco era stato infatti uno dei primi – se non il primo – a parlare negli anni Novanta di economia dell’attenzione. Ben prima della diffusione dei media digitali, Franck aveva appunto discusso di “Ökonomie der Aufmerksamkeit” (1993) per riferirsi a un modello di business e a una nuova forma di capitalismo che ha nei media di massa i suoi attori fondamentali, poiché svolgono funzioni analoghe a quelle che hanno le banche nel sistema finanziario: essi cioè investono, concedono prestiti e possiedono capitali di attenzione. Le tecnologie digitali non farebbero altro che migliorare la capacità di quantificare in maniera uniforme l’attenzione e portare online quella che lui chiama “fiera delle vanità”. Il punto fondamentale riguarda infatti la desiderabilità dell’attenzione degli altri, che per Franck è “the most irresistible of drugs” (p. 1). L’autore si spinge a considerare questo tratto come un elemento costitutivo degli esseri umani in quanto specie sociale – siamo “natural born attention addict” (p. 24). La *Vanity Fair* è quindi l’organizzazione sociale di questa costante e costitutiva ricerca e scambio di attenzione. Da questo punto di vista, l’economia dell’attenzione, per come viene normalmente intesa, è un caso minore della più ampia categoria della fiera delle vanità. Questa estensione passa però da una reinterpretazione del concetto stesso di attenzione: mentre l’economia dell’attenzione vi vede solo un meccanismo di selezione dell’informazione, Franck mette in primo piano la sua dimensione qualitativa e immediatamente sociale. Solo così è possibile comprendere perché siamo dipendenti dall’attenzione: avere l’attenzione di qualcuno equivale ad avere un ruolo nella coscienza di quella persona. Con esplicito riferimento alla linguistica pragmatica e a George Herbert Mead, Franck tenta di esplorare le implicazioni che seguono dal considerare la ricerca dell’attenzione come conferma della nostra presenza nella coscienza degli altri. Il termine “vanità” si riferisce proprio a questa predisposizione umana, che Franck paragona a un vero e proprio istinto. D’altro canto, questo non significa, secondo il sociologo tedesco, che a livello sociale complessivo l’attenzione non venga valutata e “pesata” o che tutti gli scambi di attenzione siano tra loro equivalenti. Il libro rappresenta appunto un tentativo di comprendere come si realizzi questa stima, nonostante non sia di

fatto possibile accedere direttamente alla coscienza degli altri. Quella che l'autore chiama "economia dell'autostima" si basa "on a dualism of jurisdiction: on unmediated self-respect on the one hand and mediated self-esteem on the other" (p. 26). Nel primo momento, l'ego valuta sé stesso solo in base ai propri standard, mentre nel secondo è più importante l'attenzione degli altri, sempre affettivamente connotata. Poiché però noi siamo anche capaci di dare attenzione – siamo cioè produttori di attenzione per usare la metafora (per nulla neutrale) del mercato, cui Franck ricorre sempre – allora si crea un circuito, a volte simmetrico, di "affective self-awareness". Franck discute inoltre una serie di trucchi, strategie e distorsioni che intervengono in questo processo e che lo rendono molto più creativo e flessibile di quanto possa sembrare a un primo sguardo. Di queste strategie non possiamo dare conto, ma a noi interessa sottolineare che Franck segue comunque il modello del mercato – per quanto un mercato molto particolare. Infatti, l'autore analizza nel dettaglio quei tipi di mercato che sembrano regolarsi in maniera originale, come appunto "i mercati delle idee" e, in particolare, quello dell'arte e quello accademico, i quali soffrono entrambi "from a disparity between high claims of quality and shaky means of measuring the quality" (p. 35). I media, secondo Franck, hanno di fatto adottato a modello di funzionamento proprio il mercato dell'informazione scientifica, ove l'informazione è offerta in cambio dell'attenzione e al fine di accumulare redditi di attenzione.

[2] Nel complesso si apre la possibilità di approfondire meglio un campo di ricerca che negli studi critici, impegnati a decostruire il discorso dominante, era finora rimasto sullo sfondo e aveva trovato uno spazio marginale: in che termini è possibile pensare una politica dell'attenzione? Il contributo di Boullier, "Designing Envelopes for Attention Policies" (in Doyle e Roda 2019), è certamente uno dei più originali in tal senso. Il sociologo francese insiste, come Franck, sull'importanza di leggere la questione dell'attenzione alla luce della finanziarizzazione del sistema capitalistico. A differenza di Franck, però, Boullier propone uno strumento euristico pluridimensionale che serve a dar conto dell'esistenza delle diverse logiche che strutturano

ambienti attentivi differenziati (piuttosto che leggerli attraverso un unico principio regolatore – la fiera delle vanità ad esempio – per quanto sfaccettato e complesso). Sulla base dei lavori di Isabelle Stengers, di Bruno Latour e Peter Sloterdijk, Boullier arriva alla formulazione di una “bussola dei regimi attentivi”, strutturata in quattro quadranti divisi da due assi – sull’ordinata l’asse incertezza-certezza e sull’ascissa l’asse distacco-attaccamento. Le quattro politiche dell’attenzione che risultano dal loro incrocio sono l’allerta, l’immersione, la proiezione e la fidelizzazione e ognuna di esse è legata a una postura attentiva specifica. La fidelizzazione, ad esempio, corrisponde al regime in cui sono alte sia la certezza che l’attaccamento (che quindi implica a un legame attentivo forte e durevole) ed è il regime tipico dei sistemi di credenze tradizionali, ma anche di alcune strategie commerciali. L’allerta, all’opposto, ha un livello alto di incertezza e distacco e quindi permette di passare rapidamente da uno stimolo all’altro. Il punto è che, secondo Boullier (p. 72), “designing envelopes that provoke loyalty differs from emphasizing alertness and stress, as much as offering more or less opportunities of projection than of immersion [...]. However, it is quite clear that these policies of attention have been confiscated by brands in the last 30 years”. Questo tipo di prospettiva però, per quanto utile a livello euristico, non fornisce particolari indicazioni su come intervenire per negoziare tali politiche; a tale esigenza sembra rispondere il capitolo scritto da Citton, “Attentional Agency Is Environmental Agency” (in Doyle e Roda 2019). Il suo grande merito consiste nell’aver discusso l’autonomia e il controllo dell’attenzione in termini strettamente ambientali (piuttosto che come un problema di mancanza di volontà o di infinita potenza della tecnologia) sulla base dell’assunto per cui sia i meccanismi di selezione che “the quality and intensity of our attention are at least partly conditioned by circumstantial factors” (p. 22). Eppure, secondo Citton, ci sono dei momenti specifici in cui possiamo intervenire tanto sulla qualità che sul tipo di attenzione messo in gioco: è in questi momenti che possiamo parlare di *agency* attentiva. A livello analitico, Citton distingue quattro piani su cui tale *agency* si colloca, cui corrispondono diverse scale di attenzione e quindi differenti tipi di

intervento: collettiva (su cui è possibile intervenire regolando, ad esempio, la produzione di informazioni e la raccolta di dati da parte delle aziende); intersoggettiva (attraverso norme di interazione che supportino relazioni simmetriche e di cura); individuale (quando ad esempio interveniamo per modificare direttamente l'ambiente in cui siamo immersi); e computazionale. Con quest'ultima espressione, l'autore si riferisce alla necessità di tener presente che una parte significativa dei nostri meccanismi attentivi è delegata alle macchine (si pensi, banalmente, alla selezione algoritmica delle notizie e delle informazioni per noi rilevanti). A questo livello l'*agency* attentiva consiste nel "power to hack, that is, the power to break into the black box and fix it, adapt it, customize it, control it, re-appropriate it, subvert it" (p. 28).

L'*agency* attentiva attraversa quindi diversi ambiti, anche quello della politica rappresentativa in senso stretto. Questo specifico aspetto è discusso più direttamente nel lungo capitolo dello scienziato della comunicazione Jayson Harsin, "Political Attention: A Genealogy of Reinscriptions" (in Doyle e Roda 2019). Il contributo, molto interessante per obiettivi e metodo, non è però del tutto convincente rispetto ai risultati ottenuti. Il fine è di offrire una ricostruzione genealogica della "attenzione politica" attraverso il ricorso a un approccio interdisciplinare. L'intera ricostruzione è però basata su una definizione di attenzione politica che risulta o troppo limitata o troppo ampia, a seconda di cosa si intenda per "politica". L'attenzione politica si distingue infatti dall'attenzione in generale solo in base al suo oggetto: è l'attenzione che prestiamo alla "politica" ovvero "whenever attention is occupied with or distracted from objects and activities in the process of managing human group conflict and grievances or managing social power, it would involve PA [Political Attention]" (p. 79). Inoltre, nonostante sia certamente apprezzabile il ricorso alla psicologia cognitiva, essa dovrebbe essere discussa come parte dello stesso processo storico che si vuole ricostruire genealogicamente, piuttosto che assumerne i risultati come un dato di fatto. La distinzione che attraversa il capitolo, tra una forma di attenzione politica guidata dalla volontà (PA1) e un'altra automatica (PA2), risulta problematica e rischia di riprodurre

una visione moralistica della seconda identificata nella distrazione (come risulta evidente, ad esempio, dalla sua diagnosi epocale, secondo cui “because of its highly treated and controlled nature, it may make more sense to speak of PA2 today as post-PA”, p. 102).

[3] Più in generale, sembra che la necessità di ripensare la “politica dell’attenzione” vada in parallelo con l’esigenza di mettere in discussione la definizione comune di attenzione, proprio a partire della stessa distinzione tra attenzione e distrazione. A questo scopo risponde il recente volume della studiosa di estetica e letteratura francese Alessandra Aloisi, *La potenza della distrazione*, che ha proprio l’obiettivo di esplorare la distrazione come un processo fondamentale della nostra vita psichica piuttosto che come un’anomalia che ci espone al controllo degli altri. L’autrice mostra chiaramente che il giudizio morale negativo nei confronti della distrazione, associata spesso al peccato, ha origini antichissime che vanno ben oltre la diffusione delle tecnologie digitali. Secondo Aloisi, è stato Pascal a operare una mondanizzazione della distrazione (*divertissement*) a partire dalla lezione agostiniana: la distrazione in questo contesto rappresenta il peccato dei peccati, ovvero il distogliersi dal divino a favore delle cose umane, che Pascal vede come una riproposizione del peccato originale nella quotidianità. Eppure, è possibile ricostruire le tappe di un percorso che conduce a un’idea diversa di distrazione già a partire, come ha fatto Aloisi, dal contrasto tra Pascal e Montaigne. Quest’ultimo vede infatti nella distrazione (*diversion*) una “strategia” o un “gioco d’astuzia” del pensiero che, di fronte a una preoccupazione, preferisce sviare, pensare ad altro, piuttosto che opporvisi frontalmente. Va dunque approfondita la molteplicità di processi e pratiche che tradizionalmente associamo alla distrazione: essa può condurre a scoperte inattese (ad esempio nella *serendipity*), può produrre un’associazione inconscia di idee e portare alla soluzione di un problema che ci angosciava e a cui stavamo dando “troppa attenzione” (come nel caso di Poincaré discusso nel libro), aiuta più semplicemente a rilassare il pensiero quando l’attenzione è stata troppo sollecitata, oppure ci permette di vedere come problematiche cose apparentemente marginali o date per scontate. La distrazione può

quindi avere anche un portato sovversivo rispetto alle credenze sedimentate che stabiliscono i legittimi oggetti di attenzione.

Approfondire la potenza della distrazione significa quindi sfuggire alle prospettive patologizzanti. Emerge a questo punto un aspetto essenziale, cui in precedenza abbiamo solo accennato: lo studio dell'attenzione ha anche una forte valenza normativa. Pertanto, una volta stabilito il funzionamento corretto dell'attenzione se ne individuano come correlato le forme anomali e patologiche. Il tema dei cosiddetti deficit dell'attenzione – spesso associati alla distrazione – è quindi ineludibile. Il capitolo “La psychiatrie et l'attention ou la machine infernale du TDA/H” dello psichiatra e psicanalista Patrick Landman (in Grandjean e Loute 2019) è in questo contesto molto utile per una ragione fondamentale: le maggior parte delle critiche al disturbo da deficit di attenzione/iperattività hanno correttamente messo in evidenza l'ampia varietà di sintomi associati e, conseguentemente, la problematicità dell'interpretare un determinato sintomo come patologico piuttosto che come una semplice fase di sviluppo del bambino. Il lavoro di Landman dà invece per scontati questi aspetti e si concentra piuttosto sulle distorsioni epistemologiche e sui limiti metodologici delle ricerche scientifiche più accreditate che sostengono l'origine biologica e genetica di tali deficit, giustificando così il loro trattamento farmacologico. Allo stesso tempo, è forse proprio a partire da una discussione di quello che assegniamo all'ambito del patologico e del tipo di rapporti che instauriamo in tali contesti che è possibile pensare un modo diverso e più complesso di intendere l'attenzione e quindi anche un ripensamento della sua politica. È probabilmente in questa direzione che gli studi critici dell'attenzione stanno dando i risultati più promettenti, che potrebbero orientare la ricerca futura. Non è probabilmente un caso se il contributo del sociologo Emmanuel Kessous “Méritocratie de l'attention” (in Grandjean e Loute 2019), una delle migliori analisi dell'economia dell'attenzione *in quanto* quadro normativo ideologico, si concluda proprio con un richiamo alle teorie del *care*. Inoltre, il capitolo della sociologa Natalie Rigaux, “L'attention aux personnes démentes” (in Grandjean e Loute 2019) è dedicato all'analisi dell'intreccio tra

attenzione e *care*. L'autrice riprende qui le riflessioni di Simone Weil, filosofa che ha analizzato sistematicamente l'attenzione ma che è stata spesso trascurata all'interno degli studi critici. L'impressione è che l'aspetto dell'attenzione più trascurato oggi sia probabilmente quello legato all'attesa, come "espace d'accueil vide" (p. 64), componente costitutiva dell'attenzione come la stessa etimologia testimonia.

#### Riferimenti bibliografici

Rogers, K.  
2104, *Attention Complex: Media, Archeology, Method*, New York, Palgrave  
McMillan.