

Nell'era del multitasking abbiamo solo undici minuti



di Andrea Granelli

Una risorsa sempre più pregiata – nell'epoca del rumore di fondo e dell'informazione eccessiva – è la concentrazione. Una datata ma ancora purtroppo valida ricerca (Why do I keep interrupting myself? Environment, habit, and self-interruption, Proceedings of Acm Group 2011) condotta da Gloria Mark, dell'Università californiana di Irvine, ci fornisce dei dati in un certo senso sorprendenti: ogni impiegato americano (ma ciò vale probabilmente per tutti i lavoratori della conoscenza del pianeta) riesce a concentrarsi in modo continuativo su un progetto per circa 11 minuti, prima di essere interrotto perché qualcuno gli chiede di passare ad altro. Questo tempo di attenzione si accorcia ancora di più, diventando di tre minuti, a causa di mail, sms o telefonate. Spiega Gloria Mark: «Il problema principale nasce dal dover decidere le priorità. Leggere prima la mail o la posta tradizionale? Staccare il telefono per finire il lavoro o rimanere online col rischio di essere interrotti? Il punto di partenza è chiaro: il problema è destreggiarsi nel multitasking, cioè la capacità di gestire più eventi contemporaneamente».

Stanno inoltre emergendo evidenze che dimostrano che gli esseri umani possono sviluppare una vera e propria dipendenza dal multitasking che interferisce in maniera significativa con la produttività. Gli psichiatri dell'Università di Harvard Edward Hallowell e John Ratey, hanno scritto di persone soggette a picchi di dopamina (dopamine squirt) quando esposte alla sensazione di essere connessi con altre persone attraverso i media digitali – con schemi di comportamento simili a quelli di pazienti clinici con storie di dipendenza da sostanze stupefacenti. Chi di noi non ha mai combattuto con l'impulso di controllare immediatamente (e compulsivamente) lo schermo dello smartphone a fronte di una sua variazione di stato, anche se occupati da altri impegni? Per studiare questo fenomeno è nata una nuova disciplina – concentratio interrupta – che analizza la disattenzione intermittente suscitata dal perenne bombardamento mediatico.

Questo deficit strutturale di attenzione – che diventa epidemico in certi ambienti lavorativi – si collega e salda con un altro fenomeno preoccupante, che colpisce soprattutto i giovani: l'incapacità personale di stare concentrati a lungo su un tema. L'impazienza, la noia, la voglia di continua novità, fa sì che i giovani saltino continuamente da un contenuto a un altro, da una App all'altra, da un canale streaming all'altro. Spesso questa forma di multitasking compulsivo non nasce dal desiderio di fare di più ma dal cercare di contrastare la noia e



**PER INGAGGIARE I GIOVANI
OCCORRE SOLLECITARLI
SU TEMI PIÙ STRATEGICI PER
IL DOMANI (E NON PER L'OGGI)**

l'apatia alla ricerca di nuovi stimoli. Perfino il mondo del calcio sta facendo i conti con questa difficoltà del loro target primario di stare concentrati per 90 minuti su una partita (e meno male che c'è l'intervallo...). E si incomincia a parlare di una possibile riduzione dei tempi dei match calcistici, non per proteggere i calciatori dalla fatica ma per evitare che gli spettatori cambino canale.

Per comprendere meglio queste dinamiche può essere utile richiamare i due principi freudiani di piacere e realtà. Il primo meccanismo – tipico dei bambini – ha per scopo quello della gratificazione immediata: evitare il dispiacere e di procurarsi il massimo piacere possibile. Il principio di realtà, invece, compare più tardi nel processo di maturazione dell'essere umano e ha lo scopo di rinviare la gratificazione in funzione delle condizioni imposte dal mondo esterno. Consente pertanto di non essere più schiavi delle emozioni – che pretendono risposte immediate – ma di saper differire: salva cioè l'energia attivata dalla reazione emotiva per futuri utilizzi. Da qui nasce la pazienza – che indica la capacità di sopportare con tranquillità e senza reazioni smodate le contrarietà della vita – e soprattutto la capacità di pianificare per agire nel momento più appropriato – kairòs lo chiamavano i Greci; di avere cioè una visione strategica il cui sguardo vada oltre la quotidianità, oltre la ricerca di una gratificazione immediata. In altre parole il saper pianificare in maniera adulta e consapevole la propria vita in funzione di un purpose.

Per questo motivo il problema della carenza epidemica di attenzione dei giovani non va gestito aumentando gli stimoli per catturare l'attenzione e riducendo i contenuti per renderli coerenti con i tempi di attenzione e le capacità di assorbimento cognitivo. Si tratta invece di reingaggiare le nuove generazioni su temi più strategici, più pregnanti, più altruisti ribaricentrando la loro attenzione dall'interno all'esterno, dall'oggi al domani.