

Conductismo High-Tech.

Por: Juana M. Sancho. El Diario de la Educación. 24/07/2018

Ante el aumento de las tecnologías ‘persuasivas’, en el ocio y la educación, necesitamos ser conscientes de que existen para después, insistir en nuestras capacidades de análisis, pensamiento, acción y reacción.

Hace un par de años nos visitó un amigo de Hollywood (Estados Unidos) con sus hijos de 11 y 9 años. Los intensos días de ocio y conversación nos proporcionaron enormes posibilidades para entender el mundo actual. La ambición del mayor, gran aficionado a practicar deportes, era “hacerse rico” lo antes posible. Según él, para poder pasar todo su tiempo con sus hijos. (Cuando le pregunté que si él querría pasar todo su tiempo con sus padres me dijo: – “¡Por supuesto que no!”). La del pequeño, ser inventor para idear artilugios que “mejoraran” la vida de la gente. Uno de los inventos en los que pensaba era “algún artefacto” más sofisticado que los actuales pañales, para que las personas que estaban jugando o haciendo algo que les interesase mucho no tuvieran que levantarse para ir al baño. Disfrutamos mucho de su amena conversación y de sus ocurrencias, pero resulta que ahora ¡Netflix le está copiando sus ideas!

Un artículo publicado por Haley Sweetland Edwards, el 13 de abril en el semanario [Time](#), pone de manifiesto cómo los desarrolladores de aplicaciones digitales (apps) se pelean, cada vez de forma más manifiesta, por crear productos más y más adictivos. Según una de las personas entrevistadas por este periodista, la gente bromea todo el tiempo sobre cómo crear “un producto-pañal”. Algo tan adictivo que “no se quieran levantar ni para hacer pis”. De hecho, el CEO de Netflix Reed Hastings, decía a sus inversores que el máximo competidor de la compañía era el sueño. Según este gran ejecutivo “cuando ves un programa de Netflix y te vuelves adicto a él, te quedas despierto hasta altas horas de la noche”. Así que: “Estamos compitiendo con el margen del sueño. Y es una gran cantidad de tiempo”.

¡Bienvenidos a la modelación de la conducta *high-tech*! Ahora no solo queremos tu trabajo, ¡queremos tu ocio, tu vida, tus sueños!

Los educadores (espero que la mayoría) sabemos bastante de las consecuencias del conductismo. Los teóricos y partidarios de esta forma de entender la enseñanza

y el aprendizaje nos han proporcionado importantes claves para entender algunos mecanismos que modelan la conducta y todos los educadores, de forma más o menos intensa o consciente, hemos utilizado algunos (o muchos de ellos). Aunque también sabemos (afortunadamente) que el cerebro (y quizás el estómago como sugería [Manel Vicent](#)) nos permite rechazar o resistir los persistentes rituales por los que hemos pasado en los distintos contextos educativos, pero sobre todo en la escuela. Porque si no fuera así, todas las personas que hemos experimentado un determinado modelo de enseñanza pensaríamos y actuaríamos de la misma manera. Y, afortunadamente, no es así.

Quizás por esto, mantengo la esperanza de que algunos (espero que muchos) logremos salvarnos del potente y permeable desarrollo de las “tecnologías persuasivas” anteriormente anunciadas. Se trata de un campo relativamente nuevo de investigación que estudia cómo los ordenadores pueden utilizarse para controlar los pensamientos y las acciones humanas. Sabemos desde hace tiempo que los desarrollos tecnológicos de tipo artefactual, simbólico, organizativo o biotecnológico han venido modelando nuestras formas de construir el mundo, relacionarnos y pensar (Mumford, L. 1982. *Técnica y civilización*. Madrid: Alianza). Pero según B.J. Fogg (2003. *Persuasive Technology: Using Computers to Change what We Think and Do*. Amsterdam; Boston: Morgan Kaufmann Publishers), que fue uno de los primeros en estudiar seriamente cómo los ordenadores influyen en la conducta humana, si hace 20 años hubiera anunciado que pronto crearíamos máquinas que controlaran a los humanos, habría habido un alboroto, pero hoy estamos rodeados de tecnologías persuasivas.

Según Haley Sweetland Edward, desde las grandes compañías de tecnología de consumo, como el gigante Amazon, al programador solitario que construye el próximo Candy Crush, utilizan algún tipo de tecnología persuasiva. El objetivo suele ser inequívoco: quieren que pasemos el mayor tiempo posible en sus plataformas. De este modo, por ejemplo, Facebook (bueno, sus programadores), determina qué vídeos, noticias y comentarios de amigos aparecen en la parte superior de tu “alimentador” y la frecuencia con la que se te informa de las nuevas notificaciones.

Snapchat distribuye insignias que mantienen rayas diarias, un ingenioso sistema construido en parte sobre la bien estudiada necesidad psicológica de los humanos de mantener el progreso. No digamos de las estrategias utilizadas por los diseñadores de videojuegos y de gamificación, que analizan datos de los usuarios para determinar, por ejemplo, en cuánto tiempo agotan su paciencia o superan un

nivel, para ajustar la interfaz y hacerla más frustrante, para que paguen para saltarse un nivel, o más gratificante, repartiendo regalos para que no se den por vencidos.

Los educadores hemos de conocer esta nueva realidad, considerar hasta qué punto estamos “persuadidos” por ella y, sobre todo, encontrar formas de trascenderla. En primer lugar, porque no son las máquinas las que nos controlan, sino quienes las diseñan y se enriquecen con ellas. Y, en segundo, porque seguimos siendo seres humanos con capacidad de análisis, pensamiento, acción y reacción.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ.](#)

Fotografía: Lifestyle

Fecha de creación
2018/07/24