

Dietas y pedagogías digitales para resetearnos y reprogramar.

Por: Víctor Sampedro. 23/06/2022

En enero de 2020, Andrew Bosworth, CEO de Facebook y confidente de Mark Zuckerberg, escribió un informe sobre el funcionamiento interno de la compañía. Lo tituló “Pensamientos para el 2020” y ofrece un pasaje muy interesante. El resto, eran exculpaciones sobre el papel de Facebook en la elección de D. Trump en 2016 y las disfunciones de su red, mal llamada social.

“Espero que la gente encuentre que los algoritmos están exponiendo principalmente los deseos de la humanidad misma, para bien o para mal. Este es un problema de azúcar, sal y grasa. [...]

Hace un tiempo, Kraft Foods tenía un líder que intentó reducir el azúcar que vendían en interés de la salud del consumidor. Pero los clientes

querían azúcar. Entonces, terminó reduciendo la cuota de mercado de Kraft. Los índices de salud no mejoraron. Ese CEO perdió su trabajo. El

nuevo CEO multiplicó por cuatro el relleno de los Oreos y la compañía recuperó el estado de gracia.

Darle a las personas herramientas para tomar sus propias decisiones es bueno, pero tratar de imponerles decisiones raramente funciona (para ellos o para usted).”²

Cierto, la pedagogía digital debe ser abordada como la pedagogía alimentaria -sobre el origen y consecuencias de los alimentos que ingerimos y no solo alimenticia -para dar de comer. Porque

Facebook y las compañías tecnológicas reconocen estar dispuestas a alimentar a la población

mundial con “azúcar, sal y grasa”. Respecto a la

información, si le interesa que sus hijos distingan una fake news, limiten todo lo posible su tiempo en las redes corporativas o comerciales. Escribí hace algún tiempo

[LEER EL ARTÍCULO COMPLETO PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Victor sampedro

Fecha de creación

2022/06/23