

IDEAS >

Adam Alter: “La adicción a las pantallas avanza silenciosa”

El psicólogo estadounidense alerta de que el enganche a las redes sociales es peligroso para el individuo y la sociedad

SANDRO POZZI

25 ABR 2018 - 01:54 CEST



Adam Alter. En vídeo: Fragmento de una Ted Talk del psicólogo estadounidense. **KARSTEN MORAN (NYT / CONTACTO) | EPV**

[Adam Alter](#) podría pasar por un telepredicador. Es joven, da bien ante la cámara, habla con soltura y tiene un discurso muy bien estructurado y simple, que llega con facilidad al público. Y si bien no se considera una persona religiosa, sí que admite que debe actuar para llamar la atención sobre una crisis social y moral que se está gestando a la sombra de la revolución tecnológica: [la adicción a las pantallas](#).

Alter se crio en Australia antes de emigrar a Estados Unidos para doctorarse en Psicología en la Universidad de Princeton. Con 37 años, forma parte de la última generación que vivió la niñez sin dispositivos móviles dominando la rutina. Al recordar cómo eran las cosas antes de la irrupción de Internet, siente nostalgia pensando que sus hijos no conocerán cómo se empleaba antes el tiempo libre.

La tecnología digital es ahora una necesidad moderna. Los videojuegos, la televisión, la radio y el telégrafo, incluso la letra impresa, revolucionaron la

sociedad por sus efectos en la cultura, el conocimiento, la creatividad y las emociones. Pero con las aplicaciones es diferente, porque se apoyan en algoritmos seductores. El problema de esta adicción, además, es que no se puede retirar la sustancia que engancha porque todo el mundo usa esta tecnología.

Profesor de *marketing* en la escuela de negocios de la Universidad de Nueva York, explora en *Irresistible* (Paidós) cómo las tecnológicas consiguen robar el tiempo y la atención de los usuarios para que no se despeguen de la pantalla. Defiende que se impongan normas en el diseño de las aplicaciones. Pero advierte que es el consumidor quien debe evaluar seriamente cómo gestiona su tiempo.

Pregunta. Los psicólogos y sociólogos llevan años debatiendo sobre los efectos de las pantallas. Ahora el problema domina los titulares.

Respuesta. El movimiento tomó cuerpo en noviembre, cuando Sean Parker [uno de los primeros inversores en Facebook] dijo que a la red social no le importa el bienestar de sus usuarios y que lo único que le interesa es que tengan sus ojos pegados a la pantalla, y que pasen el mayor tiempo posible usando el dispositivo. Fue un gran momento, llevó a otras figuras del mundo tecnológico a revelar que pasaba algo similar en sus compañías.

“Los ejecutivos de Silicon Valley mandan a sus hijos a colegios libres de tecnología. Ellos conocen todo esto y son los más cautos”

P. ¿Pero estas empresas se muestran indiferentes o simplemente quieren tener el mejor producto?

R. Uno podría decir que el mejor producto es el que no puedes dejar de utilizar. Si usas el *iphone* cuatro horas al día es porque está bien diseñado. Pero es muy difícil saber qué motivaciones hay detrás. Por eso es tan importante que quienes conocen el proceso lo cuenten, para que estas compañías tengan en consideración al consumidor.

P. ¿Es culpa del fabricante o del que desarrolla la aplicación?

R. Apple no me plantea un problema. Es cierto que permite crear aplicaciones que no podemos dejar de usar. Pero una vez que vende el teléfono, no le importa tanto el tiempo que empleas ante la pantalla. Facebook, SnapChat y Twitter, sin embargo, se preocupan por cada minuto porque esa es una métrica clave para sus negocios. Se puede pedir a Apple que regule cómo presenta la información, que también es importante, pero los anzuelos están en el contenido.

P. La persona es la última responsable del uso.

R. Hay gente que es capaz de ver que le basta con 20 minutos y pasa a otra cosa. Pero si en 2015 se estaba de media tres horas frente a las pantallas, el año pasado ya eran cuatro. Por tanto, ha habido un cambio en el contenido que se escapa al control del usuario. No todo el mundo es capaz de hacer un análisis de lo que es bueno o malo para su vida. Ahí es donde se enfocan, en los millones de ojos que no se preocupan por cómo utilizan la tecnología.

P. ¿Cómo se detecta este tipo de adicción?

R. La primera señal es social, si compromete las relaciones. La segunda es financiera, si esa interacción acaba costando más dinero del pensado. La tercera es física, porque la pérdida de atención puede causar un accidente o porque no se hace ejercicio. Y la cuarta es psicológica, porque cambia la manera en la que afrontas el aburrimiento. Esto último parece una tontería, pero el teléfono está ocupando cada segundo que tienes libre. Está bien que no te aburras, pero del aburrimiento surgen ideas.

P. ¿Son las pantallas una amenaza para una sociedad abierta?

R. Sí, porque refuerzan el efecto de caja de resonancia. La gente se queda en las plataformas en las que ve reflejadas sus mismas ideas y puntos de vista. Eso te hace ser más intransigente, dogmático y testarudo.

Facebook sabe que a la gente le gusta ver que otros comparten sus mismas ideas. Las plataformas están diseñadas para tratar de mantenerte conectado al dispositivo, para reforzar esa resonancia; no quieren alterar el mensaje introduciendo opiniones diferentes.

“Estas compañías no se preocupan mucho por la innovación, salvo por la suya propia, enfocada en tratar de evitar que el usuario se vaya”

P. Se supone que cuanto más abierta, más innovadora es una sociedad.

R. No se puede ser creativo si no se cuenta con un espacio abierto para pensar y debatir. Pero creo que estas compañías no se preocupan mucho por la innovación, salvo por la suya propia, que está enfocada en tratar de evitar que el usuario se vaya y que ellos pierdan ingresos por publicidad. Es una nueva forma de monopolio.

P. ¿Somos infelices con tanta tecnología?

R. Creo que somos menos felices como comunidad, como sociedad. Si dedicamos menos tiempo a las cosas que nos hacen humanos, y nos pasamos las cuatro horas que tenemos libres al teléfono haciendo lo mismo, nos volvemos homogéneos. Necesitamos dedicar ese tiempo libre a nuestras aficiones, a hacer deporte, a pasear por la naturaleza, a conversar cara a cara. Es vital para el desarrollo de las personas.

P. Marc Benioff, consejero delegado de Salesforce, compara el uso de las redes sociales con el consumo de tabaco. ¿Debería estar regulado por la manera en la que enganchan?

R. Se pueden introducir normas, por ejemplo, para proteger a los empleados con políticas que limiten el envío de mensajes fuera del horario laboral. Pero es algo que tienen que demandar los consumidores, como ha ocurrido con la política medioambiental. Nadie prestaba atención al vertido de residuos hasta que se convirtió en un gran problema y los consumidores forzaron el cambio.

P. ¿Cómo se pone freno al flujo de información que la gente usa para trabajar o relacionarse?

R. No es una batalla equilibrada. Hay cientos de personas dedicadas al diseño de cada detalle, de cada truco, como el botón de “me gusta”, que hace que te enganches a las plataformas. Tienen miles de millones de datos que les permiten saber lo que funciona. Por eso como consumidores debemos ser más inteligentes y tratar de cambiar nuestros hábitos de uso. Es duro.

“No es una batalla equilibrada. Hay cientos de personas dedicadas al diseño de cada detalle, de cada truco, como el botón de “me gusta”

P. Esta adicción, no obstante, no mata como las drogas.

R. Sí, pero la adicción a las sustancias afecta a una parte muy pequeña de la población, mientras que la adicción a las pantallas está mucho más extendida y avanza de una manera silenciosa. Estar enganchado a la heroína no está socialmente aceptado; estarlo a la tecnología, sí. La gente espera que respondas a los mensajes inmediatamente, desde el ascensor, o mientras cenas. Las consecuencias de esto van a tener mayor alcance.

P. ¿Es más difícil entonces de combatir?

R. La dependencia del alcohol o de las drogas se puede cortar cambiando de ambiente. No es fácil, pero es una opción. Pero si dependes de la tecnología en tu rutina diaria, no hay alternativa porque nuestras vidas están llenas de pantallas y es muy difícil comunicarse sin ellas. Para la mayoría de los adultos se han convertido, además, en un elemento que define quién eres.

P. Parece algo más similar a la crisis de la obesidad que a la del tabaco. ¿No sería más práctico enseñar a utilizar la tecnología?

R. La abstinencia no es realista, pero debería haber cursos sobre cómo interactuar con la tecnología. Y no solo para mostrar sus peligros, también sus beneficios. Hay colegios en Silicon Valley libres de tecnología donde estudian

precisamente los hijos de los ejecutivos de las tecnológicas. Ellos conocen mejor nadie todo esto y son los más cautos.

ARCHIVADO EN:

Smartphone · Gadgets · Adicciones · Psicología · Telefonía móvil multimedia · Telefonía móvil · Enfermedades · Telefonía · Tecnologías movilidad · Medicina · Bienestar · Tecnología

CONTENIDO PATROCINADO



Los "10 mejores" productos mac antivirus de 2018 (no imaginas quién es el n.º 1)

(MY ANTIVIRUS REVIEW)



Mantente al día con las últimas noticias sobre medicamentos y su información de seguridad

(UNIVADIS.ES)



Ven a probar el nuevo Kia Sportage

(KIA)



5 tendencias bañadores para este verano ¿cual prefieres?

(WWW.ETAM.ES)

Y ADEMÁS...



Manolo "el del Bombo" se lleva un varapalo con el Mundial de Rusia 2018

(TIKITAKAS)



El selfie de Cristiano 'a dos caras' que llena de memes Twitter

(EPIK)



Konami y la UEFA anuncian el fin de su acuerdo en PES

(MERISTATION.AS.COM)



La foto de Cristina Pedroche que ha levantado todo tipo de dudas y teorías

(CADENA SER)

recomendado por

© EDICIONES EL PAÍS S.L. | Contacto | Venta de contenidos | Publicidad | Aviso legal | Política cookies | Mapa | EL PAÍS en KIOSKOyMÁS | Índice | RSS |

Uso de cookies

Utilizamos "cookies" propias y de terceros para elaborar información estadística y mostrarte publicidad personalizada a través del análisis de tu navegación. Si continúas navegando aceptas su uso. [Más información y política de cookies.](#)