

ACTITUD DIGITAL

Claves psicológicas para sobrevivir a una nueva era

ANTONIO PAMOS DE LA HOZ



Prólogo de Pilar Jericó.

Letrame
Grupo Editorial

ACTITUD DIGITAL

Claves psicológicas para
sobrevivir a una nueva era

ANTONIO PAMOS DE LA HOZ



Primera edición: marzo 2019

© Derechos de edición reservados.

Letrame Editorial.

www.Letrame.com

info@Letrame.com

© ANTONIO PAMOS DE LA HOZ

Diseño de edición: Letrame Editorial.


ISBN: 978-84-17818-18-0

DEPÓSITO LEGAL: AL 103-2019

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de cubierta, puede ser reproducida, almacenada o transmitida de manera alguna ni por ningún medio, ya sea electrónico, químico, mecánico, óptico, de grabación, en Internet o de fotocopia, sin permiso previo del editor o del autor.

Letrame Editorial no tiene por qué estar de acuerdo con las opiniones del autor o con el texto de la publicación, recordando siempre que la obra que tiene en sus manos puede ser una novela de ficción o un ensayo en el que el autor haga valoraciones personales y subjetivas.

«Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra (www.conlicencia.com; 91 702 19 70 / 93 272 04 47)».

Este libro colabora con:  Save the Children

IMPRESO EN ESPAÑA – UNIÓN EUROPEA

A mi madre, que me regaló un Spectrum

Índice

Agradecimientos	15
Prólogo	19
Por qué este libro	23
Parte 1: En la sociedad digital	33
De aquellos barro, estos lodos	39
Hacia una nueva sociedad	43
¿Se puede renunciar a internet?	47
La puerta de entrada: pagar, saber y querer	51
La voluntad desbordada. Los esclavos de la tecnología	61
La nueva cultura digital	67
La transformación cultural de las relaciones sociales	69
El amor en la red	75
La sociedad de consumo digital	83
El consumo de bienes	83
El consumo de ocio	87
La sociedad digital de la información	93
La nueva sociedad laboral	102
El problema es la formación	105
Las profesiones del futuro	108
Propuesta de competencias digitales	113
Parte 2: 10 claves para sobrevivir	125
1. La diversidad: el valor de lo diferente	127
¿Cómo son las personas que trabajan en entornos diversos?	130

Los mileniales adoran la diversidad	133
Los beneficios de la diversidad en la empresa	135
Dificultades potenciales en la gestión de la diversidad	137
Algunas oportunidades y dificultades por países	139
¿Cómo es su diversidad?	140
2. Colaboración: el trabajo en equipo bien entendido	143
Las funciones en los equipos de trabajo	145
Del equipo de trabajo al equipo de alto rendimiento	148
Del trabajo en equipo al entorno colaborativo	151
La creatividad colaborativa	154
Equipos geográficamente dispersos	156
¿Cómo es su colaboración?	161
3. La gestión de las emociones	163
Las emociones en el trabajo	166
La inteligencia emocional	169
Ser resiliente	175
¿Responder o reaccionar?	178
Las emociones en el trabajo	183
¿Cómo es su gestión de emociones?	187
4. Comunicación efectiva	189
La evolución de la comunicación	191
¿A mano o a máquina?	193
La importancia de la gramática y la ortografía	198
Escribir no es para todos	200
Los emoticonos	204
La comunicación efectiva	208
¿Es usted buen comunicador?	212

5. De la curiosidad al aprendizaje	215
¿Qué es ser curioso?	216
La curiosidad en la infancia	217
El poder de la curiosidad	219
Trabajando la curiosidad	223
La curiosidad mató al gato	227
¿Es usted curioso?	229
6. Crear y compartir conocimiento	231
Quiero crear y compartir contenidos	232
¿De qué puedo escribir yo?	236
Compartir información	239
Mis aportaciones no atraen a la gente	241
Quiero ser autodidacta	244
¿Es usted contribuyente en conocimiento?	248
7. Nada de gato por liebre. El pensamiento crítico	251
El ser racional	254
Los sesgos cognitivos	258
Las falacias argumentales	263
Los bulos de internet	266
¿Por qué funcionan los bulos?	270
Cómo desarrollar el pensamiento crítico	274
¿Aplica usted el pensamiento crítico?	277
8. Planificar. Adelantarse a los hechos	279
Cómo planifico	280
Preparando un plan	284
Las ventajas de planificar	287
Planificar en el trabajo	291
¿Es usted planificador?	294

9. Vivir el cambio en positivo	297
Cómo se crean los hábitos	300
Cómo dejar las rutinas sin sufrir	303
Adaptarse a los cambios	306
¿Cómo ser parte del cambio?	309
Diez historias de fracaso	312
¿Se adapta usted al cambio?	318
10. Convivir con la incertidumbre	321
Piensa mal y acertarás	324
Posibilidad no es probabilidad	326
La sociedad VUCA	328
Cómo afrontar la incertidumbre con éxito	331
¿Sabe vivir con incertidumbre?	336
Parte 3. Lo que está probablemente por venir	333
¿Quién teme a la inteligencia artificial?	343
La inteligencia artificial será su nuevo compañero de trabajo	347
La inteligencia artificial es realmente inteligente	350
¿Hacia dónde nos lleva la inteligencia artificial?	354
Una nueva raza	357
Una nueva amenaza	358
La inteligencia artificial no es infalible	361
Por una tecnología humanista	365
Referencias parte 1	371
Referencias parte 2	379
Referencias parte 3	395
Bibliografía	397

POR QUÉ ESTE LIBRO

Target es una enorme cadena de supermercados que se extiende por todo Estados Unidos. Tradicionalmente ha atraído a sus clientes por medio de cupones descuento de todo tipo. Lo que hacía esta compañía antaño era imprimir miles de libretas que se enviaban por correo para que el cliente eligiera el cupón que más se adecuaba a sus necesidades: comida, droguería, papelería, juguetes, etc.

Con la llegada de Internet y de los *smartphones* la compañía decidió ajustar mejor su oferta a las características del cliente. Así, por ejemplo, dejaron de enviar cupones de productos de belleza femenina a hombres, o de juguetes a clientes sin hijos. Para acertar con su oferta hicieron uso de los millones de datos de sus clientes que tenían almacenados y establecieron una serie de fórmulas matemáticas, algoritmos, que los guiarían en su política comercial.

Este modelo de segmentación de clientes de Target, aparentemente inocuo, generó una importante controversia en Estados Unidos cuando el padre de una chica adolescente denunció a la compañía porque su hija no paraba de recibir cupones descuento para productos de bebés: pañales, cereales, sonajeros, etc. El padre de esta chica clamaba contra la compañía pues esta parecía empeñada en animar a su hija a

ser madre. El malentendido se aclaró cuando la hija reconoció que efectivamente estaba embarazada, su padre no sabía nada, pero Target sí.

Los sistemas de análisis de datos habían concluido que existía un 81 % de probabilidades de que esta joven estuviera en estado, todo ello porque había comprado crema antiestrías, complementos vitamínicos específicos del periodo de gestación y un sujetador especial. Es más, estimaron que saldría de cuentas a mediados de agosto. Esta historia, cada vez menos sorprendente, ejemplifica muy bien el conflicto de intereses entre la parte más mecánica de la tecnología y la más humana. Por una parte, un sistema informático ágil y preciso que cumple con su cometido a la perfección y, por otra, personas que le dan un sentido.

El psicólogo norteamericano Steven Pinker dijo hace poco: «El progreso sin humanismo no es progreso». Esta afirmación engloba con exactitud el motivo principal que me lleva a escribir este libro: reivindicar el lado humano de la tecnología.

En la segunda mitad del siglo xx, sobre todo en su recta final, el sector de la alimentación disfrutó de una bonanza especial. A la mejora del poder adquisitivo de los ciudadanos se sumó una suerte de hedonismo que tuvo un elemento de expresión en la reinención de la cultura gastronómica. Al impacto mediático de cocineros y chefs se sumó el lanzamiento de productos con ingredientes exóticos y formas sofisticadas que coparon las baldas de los supermercados. En ese punto de inflexión de los hábitos culinarios, la alimentación pasó de ser un medio, un instrumento de supervivencia básico, para convertirse en un fin en sí misma. Uno dejaba de alimentarse por prescripción de vida para deleitarse estimulando a sus sentidos. En un principio todo valía con tal de cumplir con la cada vez más exigente demanda del consumidor: términos rimbombantes, componentes de baja calidad e incluso per-

niciosos, falseamiento de valores nutricionales, promociones agresivas a niños, etc. El consumidor se convirtió en un mero elemento del proceso mercantil, abstracto, impersonal y carente de conciencia. Ante estos excesos, en el año 2002 se creó en España la Agencia de Seguridad Alimentaria, un organismo dependiente del Ministerio de Sanidad y Consumo que recordaría a la industria del sector que no todo vale. Desde entonces, multitud de iniciativas legislativas han ido poniendo orden en el sector y han garantizado que lo que llegaba al ciudadano en forma de alimento no sacrificaba su salubridad por fines económicos espurios. El proceso de transformación digital, como ocurriera con la alimentación, ha pasado a ser un proceso de transformación cultural. Ya no se trata de cuánta tecnología se consume, sino de cómo se consume y qué hábitos hemos adaptado a lo que dicta el universo de las Apps.

La tecnología que consumimos hoy ha sido en su mayor parte diseñada por ingenieros bajo las directrices de inversores y otros visionarios de los negocios. Como hicieran los químicos que cargaban de azúcar un refresco nuevo para vender más, los desarrolladores de aplicaciones lanzan soluciones edulcoradas sin reparar en el impacto que puedan tener en cada una de las personas que las usen.

Muchos de los argumentos que esgrimen los enemigos de lo digital están bien fundamentados y no son producto de una ideología analógica retrógrada. La adicción al móvil, la frivolidad de Instagram, la comunicación insustancial, los *fakes*, la pérdida de privacidad, todos ellos son resultados indeseables del uso generalizado de unas tecnologías sobrevenidas, casi impuestas que no han ofrecido tregua para su adopción ordenada.

Los estados de locura colectiva que se crean al albur del lanzamiento de nuevos aparatos, acompañados de los sacrificios

económicos para acceder a ellos, son el principal refrendo de las políticas implantadas por los gigantes tecnológicos. Cuando la capitalización de Apple es igual a todo el PIB de un país occidental desarrollado como España es muy difícil hacerles ver que deben revisar su rol en la transformación digital.

EL CAMINO HASTA AQUÍ

Aunque parezca lo contrario a tenor de lo que expongo en el punto anterior, soy un enamorado de la tecnología. Siendo muy pequeño conté con los primeros relojes digitales que existieron, incluido aquel Casio con calculadora incorporada. A aquellas primeras «maquinitas de marcianos», incorporé el primer ordenador personal que existió, el Spectrum de 16Kb que, por cierto, aún guardo. El primer móvil con cámara de fotos, reproductor de DVD, reproductor MP3, cámara de fotos digital y cualquier otro dispositivo revolucionario fueron objeto de mi deseo y luego de mi devoción. Llevo a gala haber sido uno de los primeros españoles que tuvieron un IPAD entre sus manos.

Paralelamente he ido desarrollando mi vocación de psicólogo experimental, aquel que a través de procedimientos con base científica va aportando luz a los secretos más insondables de la condición humana. He hecho de la persona un objeto de estudio y un medio de vida. Como dijera el personaje Cremes en la obra de Terencio: «Nada de lo humano me es ajeno».

Tantos años de tecnología, y es ahora cuando lanzo una voz de alarma sobre el conflicto larvado persona-máquina. ¿Qué ha cambiado?

Desde que se formara nuestro planeta hace unos 4500 millones de años, los cambios más importantes han ido ocurriendo cada vez en espacios más breves de tiempo. Por ejemplo, los primeros organismos unicelulares necesitaron 2500 millo-

nes de años para transformarse en pluricelulares. Sin embargo, estos «solo» necesitaron 1000 millones de años para llegar a convertirse en peces y 500 millones para dar lugar a los primeros mamíferos. 100 millones de años después apareció el hombre sobre la tierra.

La aparición de los primeros homínidos hace unos 7 millones de años ha seguido también esta ley no escrita de «cuanto antes, mejor». La última transformación, hasta el momento, fue la llegada del *Homo sapiens* a Europa desde África, hace unos 50 000 años. A partir de ese momento nuestros directos antepasados desplegaron una potencia intelectual y unas habilidades sociales sin precedentes que lo han llevado a donde estamos, a la cumbre de la evolución.

Llegar a dominar el planeta en tan poco espacio de tiempo ha provocado consecuencias, pues el mundo animal no ha tenido la oportunidad de encontrar una ventaja evolutiva que le permitiera contrarrestar los embates de este nuevo depredador. De ahí todos los animales que se han extinguido o que están en riesgo de hacerlo por nuestra acción directa; no se les ha dado tiempo suficiente para adaptarse a la amenaza humana. Piense el lector que muchas de las características de defensa que ofrece el reino animal como mimetización, agilidad, visión estereoscópica, olfato agudo, etc. son producto de una adaptación biológica que ha durado miles de años para acabar siendo más eficaz en su hábitat. La vertiginosa expansión del ser humano y sus máquinas han dado al traste con el equilibrio natural que podía existir antes de su irrupción. Todo ha sido muy rápido.

Esa misma incapacidad de adaptación del reino animal la padecemos ahora nosotros mismos con nuestros artefactos. Sirva este ejemplo extraído del libro de Thomas Friedman *Thank you for being late*. Este autor, columnista del New York

Times, analiza los momentos más expansivos de la tecnología humana en el último siglo y encuentra un momento que destaca por encima de todos: el año 2007.

Friedman considera que ese es el año en que todo cambió y la evolución tecnológica entró en una fase de aceleración hasta ahora desconocida. Estos son algunos de los acontecimientos que ocurrieron ese año y que han definido nuestra sociedad de hoy, pero con más profundidad la del futuro:

- Se presenta el primer *smartphone*: el Iphone de Apple.
- Facebook se hace global cuando sale de las universidades y los institutos.
- Se lanza Twitter.
- Amazon presenta su lector de libros electrónicos: Kindle.
- Aparecen Github y Hadoop.
- Se lanza el sistema operativo de Google: Android.
- Se presenta AirB'n'B.
- YouTube comienza a incluir publicidad y, por tanto, a capitalizar su proyecto.
- Google da por concluido su modelo de negocio y lo lanzará pronto.
- Comienza la era de las Apps.
- Kiva.org logra la inversión necesaria para lanzar un servicio de microcréditos.
- Amazon comienza a ofrecer un servicio de almacenamiento en la nube.
- IBM lanza el proyecto Watson, su sistema de inteligencia artificial.

Podríamos seguir con más novedades como la presentación de Change.org o los microprocesadores de Intel que se sofistican aún más siguiendo la Ley Moore, uno de sus fundadores.

Todo este tsunami de innovaciones tiene un único destinatario: el ser humano. Nuestra capacidad de adaptación ha mejorado generación tras generación, cada vez necesitamos menos tiempo para adaptarnos a una novedad. Creaciones como la lavadora o la radio necesitaron décadas para formar parte de nuestra vida cotidiana. Hoy nos adaptamos más rápido, pero la velocidad a la que surgen los nuevos desarrollos es superior a nuestra habilidad para seguirlos.

Por primera vez en la historia de la humanidad los avances tecnológicos van más deprisa que nuestra habilidad para adoptarlos. Se ha creado una falla entre el hombre y la máquina que cada vez es más grande. Mientras nosotros discutimos si taxi o VTC, el coche autónomo ya circula en pruebas por multitud de lugares. Mientras se reivindican derechos laborales de los mensajeros, los robots van copando los puestos operativos de las fábricas. La tecnología nos ha adelantado por la derecha y cada vez la vemos más lejos.

LA ACTITUD DIGITAL

En la ecuación del progreso hay dos variables: la tecnología fría e impersonal y las personas conscientes y sentimentales.

Históricamente la línea de la adaptación humana ha transitado por encima de la tecnológica. Nadie tenía prisa por incorporar a su vida un invento, se tomaba su tiempo. Por ejemplo, en el siglo XIII se inventa el arco largo, 100 años después lo incorporan los ejércitos en su equipamiento. Ahora no se nos conceden ni 100 días, ahora las personas vamos al rebufa y son ellas, las tecnologías, las que marcan no solo el ritmo, sino también nuestra forma de trabajar, de conocer, de relacionarnos o de amar.

Este libro ofrece una serie de claves fundamentales para poder interactuar con los nuevos desarrollos, para no convertirnos en un ente pasivo que zozobra según las políticas de desarrollo que señalan las grandes corporaciones.

Reducir el espacio que se ha creado entre hombres y máquinas requiere una disposición especial y contar con unas habilidades que traigan coherencia entre lo que necesitamos y lo que nos ofrecen.

¿Se acuerda el lector hace unos años cuando compraba un electrodoméstico? ¿Aquel video VHS? Todos los aparatos venían con un cuaderno de instrucciones más o menos extenso donde se nos explicaba cómo funcionaba. Era el momento de sentarse en el sofá tras su compra y comenzar a explorar todo lo que se podía llegar a hacer con ese nuevo integrante de nuestro ajuar doméstico.

Hoy ni los teléfonos más sofisticados, los que pasan de los 1000 euros, llevan instrucciones. Uno compra el aparato y ahí se las apaña. La actitud digital que promuevo en esta obra es la que permite obtener de manera intuitiva todo el partido de un dispositivo desplegando habilidades de análisis, razonamiento, búsqueda o práctica. Nadie le va a enseñar a usar su nuevo Iphone, será usted quien deberá aprender a usarlo solo. En su defecto, manejarse bien en redes sociales para solicitar ayuda.

El libro que tiene en sus manos y que va a comenzar a leer pronto habla de eso, de cómo lograr que el ser humano se suba al tren de la tecnología, o por lo menos que permanezca en su zona de influencia sin ser excluido.

Actitud Digital se compone de tres partes:

1. La primera parte aborda desde el análisis riguroso y bien documentado los cambios que están aconteciendo en nuestra sociedad, en esta nueva era que nos toca vivir. Se analiza su impacto en las personas de toda edad y condición desde cuatro ángulos:
 - a. Las relaciones con los demás.
 - b. La gestión de la información, o de la sobreinformación.
 - c. El mundo del trabajo.
 - d. La sociedad de consumo y del ocio.

2. La segunda parte realiza un viaje por 10 aptitudes que considero elementales para poder formar parte de la revolución digital. Son 10 elementos que se articulan en torno a tres importantes ámbitos de actuación:
 - a. Habilidades para trabajar.
 - b. Habilidades para relacionarse con otros.
 - c. Habilidades para aprender desde la presión y la verdad.

3. La última parte del libro, y que acabará siendo la primera en ediciones futuras, aborda la sociedad en la que viviremos en los próximos años. Profundiza en la revolución de la inteligencia artificial, sus oportunidades y sus amenazas. Es el análisis de lo que está, probablemente, por venir.

Le agradezco que esté leyendo estas líneas. Puede ser que el tema que trato le ha interesado o bien que he sabido llamar su atención con los reclamos de la portada. De cualquier forma, pase de página y forme parte de la paradoja de sumergirse y bucear en un líquido en el que ya se encuentra por el simple hecho de vivir esta época tan especial.

El destino no tiene prisa, pero siempre llega.

La tecnología, que hombres y mujeres han inventado, avanza ahora en la “era digital” impulsada por sí misma, cambiando nuestro tiempo y nuestro espacio, lo real y lo virtual, lo que se puede y lo que se sabe, y obligándonos a un continuo aprendizaje para poder seguir el ritmo de los acontecimientos siendo de algún modo dueños de nosotros mismos, salvando en lo posible nuestra libertad y nuestra dignidad. Leer este libro abre los ojos sobre esta revolución que avanza imparable en torno nuestro. Su lectura atrae, asusta y divierte, y su autor nos da pistas para seguir buscando aquella información que pueda permitirnos saber a qué atenernos más plenamente. Y eso vale la pena.

Helio Carpintero - Presidente de la Academia de Psicología de España

Conocer el momento actual es importante; prepararnos para el futuro es esencial. Antonio Pamos analiza los cambios que se están produciendo en la sociedad. La tecnología aporta tanto elementos positivos como otros preocupantes, que no conviene ignorar. Viene muy bien este libro para conocer aquello a lo que nos enfrentamos.

María Jesús Álava - Psicóloga – Escritora

Nuestros niños, que ya son el presente y serán el futuro, han de crecer utilizando y aprovechando las nuevas tecnologías, pero sin olvidar lo esencial, cual es vivir en sociedad, ayudar, comprometerse. Estar en contacto con la Naturaleza, practicar deporte, gustar del arte, formularse preguntas que no siempre tienen respuesta y desde luego, utilizar el humor, compartir el llanto y por tanto ser muy vulnerables, muy humanos, muy tiernos. Este es el reto que tenemos los adultos.

Javier Urrea - Psicólogo – Académico – Escritor

Este libro tiene muchos puntos de interés, pero sin duda uno de los más destacados es la amplitud que el autor ha conseguido dar a la obra, abarcando las principales implicaciones del creciente desarrollo tecnológico en nuestras vidas, tanto desde una perspectiva social como personal.

Juan Carlos Pérez Espinosa - Presidente Asociación Internacional DCH de Directivos de Capital Humano

Con la colaboración de:

