



Cluster for Patient Empowerment: Tecnología y psicología

**¿Cómo pueden combinarse para ayudarnos
a cambiar nuestro comportamiento hacia
hábitos más saludables?**

Dr. Manuel Armayones
Director de Desarrollo eHealth Center.
marmayones@uoc.edu
@armayones





OLIVE
LIVE YOUR LIFE

#CHOOSEHEALTH



Organización
Mundial de la Salud

www.who.int/shanghai2016



9.ª Conferencia Mundial
de Promoción de la Salud
SHANGHAI 2016



La promoción de la salud es el proceso que permite a las personas incrementar el control sobre su salud para mejorarla (WHO, 1986) Abarca no solamente las acciones dirigidas directamente a aumentar las habilidades y capacidades de las personas... sino también las dirigidas a modificar las condiciones sociales, ambientales y económicas que tienen impacto en los determinantes de salud

(Fuente: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad)

**Nuestros cuerpos son nuestros jardines, de los cuales la voluntad es el jardinero.
W.Shakespeare (Otelo, Acto I, Escena III)**

- Alimentación
- Actividad física
- Sexualidad
- Tabaco y otras drogodependencias
- Estrés

- Promover comportamientos saludables
- Facilitar que las opciones saludables sean las más fáciles de tomar
- Modelos socioculturales favorables

¡Ah claro entonces...!

Si informamos a...

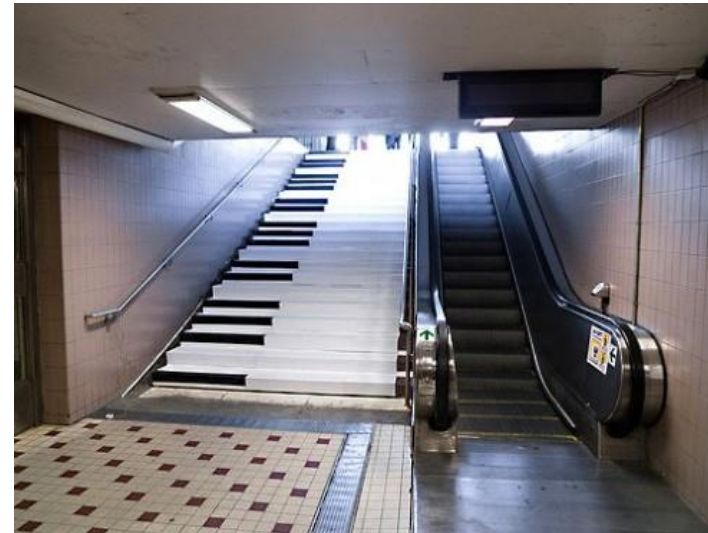
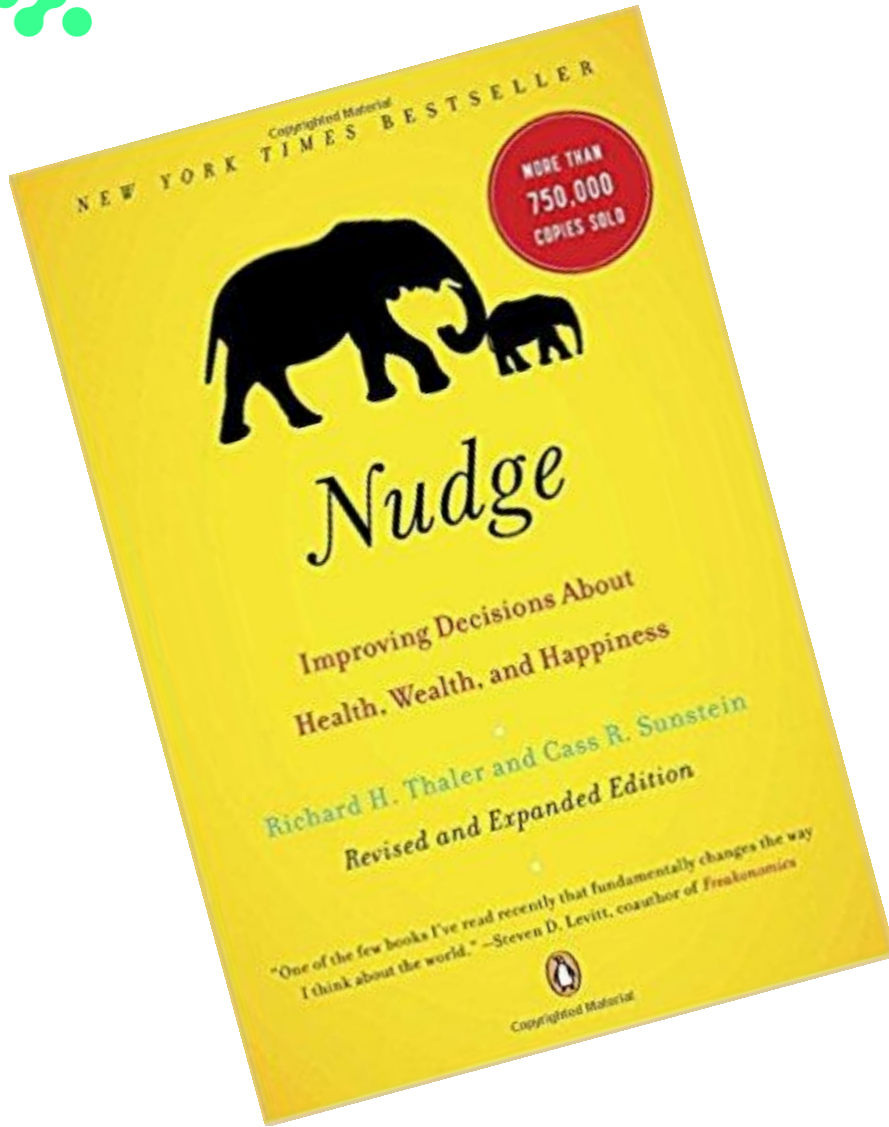
Si convencemos a...

Si facilitamos el acceso a información de calidad

En definitiva si COMUNICAMOS BIEN

¡Conseguiremos cambios permanentes!







SEARCH

Overview **What is Captology?** About the Lab About BJ Fogg Contact Newsletter



Me gusta

A 97 personas les gusta esto. Registrarte para ver qué les gusta a tus amigos.

What is Captology?

Captology is the study of computers as persuasive technologies. This includes the design, research, ethics and analysis of interactive computing products (computers, mobile phones, websites, wireless technologies, mobile applications, video games, etc.) created for the purpose of changing people's attitudes or behaviors. BJ Fogg derived the term *captology* in 1996 from an acronym: Computers As Persuasive Technologies = CAPT.



Where Persuasion and Computers Intersect

The field of captology and persuasive technology is growing quickly. Every day more computing products



Follow us on TWITTER



Become a fan on FACEBOOK

GET CONNECTED

Enter your email address to receive monthly or bimonthly updates from the lab

GO

DESIGN RESOURCES for BEHAVIOR CHANGE

Tools for understanding human nature, hot triggers, & new habits.

GO

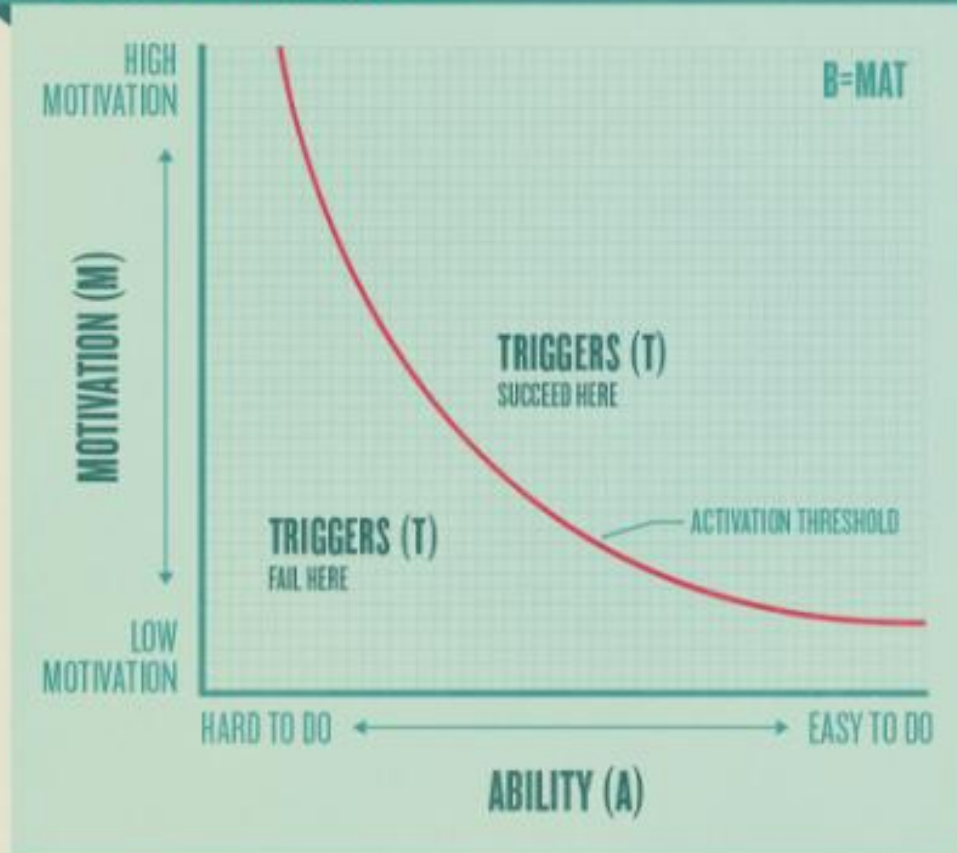
INFORMATION FOR:

- Designers & Interventionists
- Teachers & Trainers
- Prospective Students
- Researchers
- Sponsors

WHAT CAUSES BEHAVIOR CHANGE?

THE FOGG BEHAVIOR MODEL (FBM) SHOWS THAT THREE ELEMENTS MUST CONVERGE AT THE SAME MOMENT FOR A BEHAVIOR TO OCCUR: MOTIVATION, ABILITY, AND TRIGGER (MAT). WHEN A BEHAVIOR DOES NOT OCCUR, AT LEAST ONE OF THE THREE ELEMENTS IS MISSING.

THE FOGG BEHAVIOR MODEL



BEHAVIOR CHANGE ELEMENTS



MOTIVATION



ABILITY



TRIGGER

CORE MOTIVATORS



TIME



MONEY



EFFORT



CYCLES



DEVIANCE



ROUTINE

SIMPLICITY FACTORS



FACILITATOR



SPARK



SIGNAL

© BJ Fogg, Stanford University

Core Motivators



pleasure / pain



hope / fear

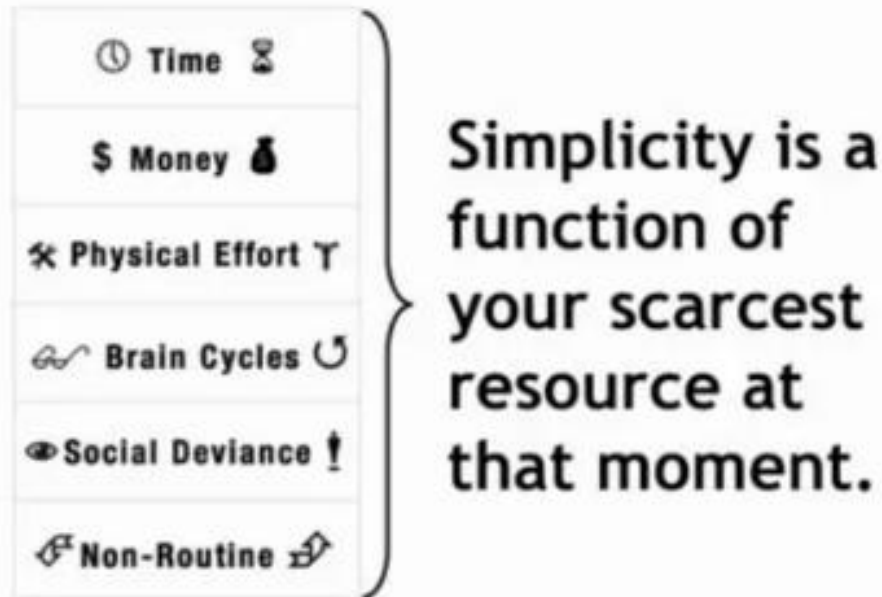


acceptance / rejection

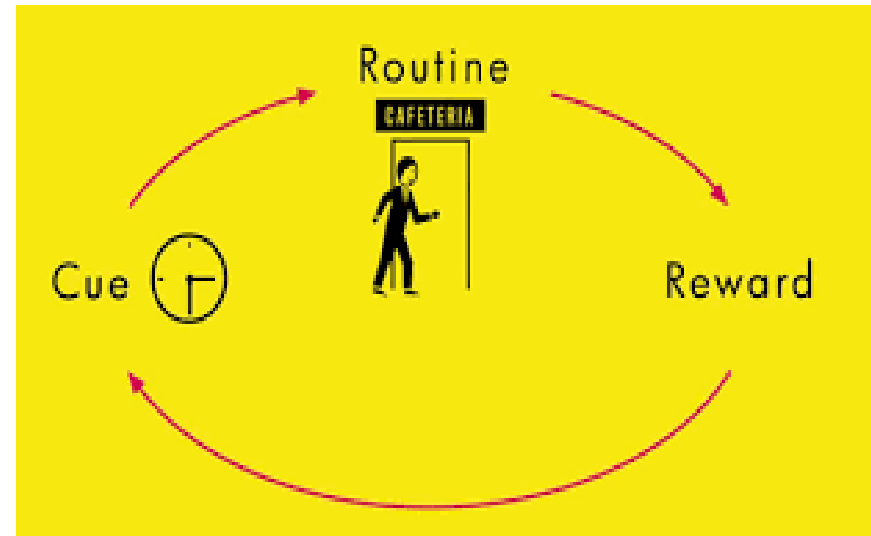
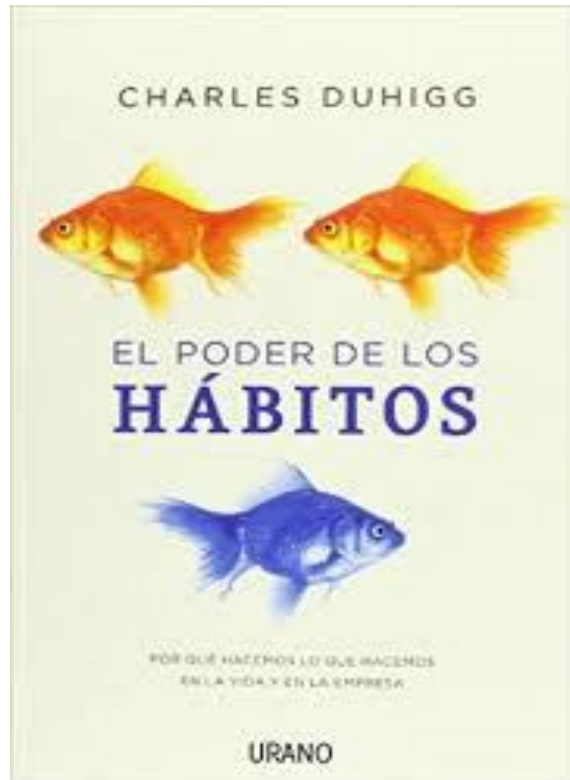


© BJ Fogg, Stanford University

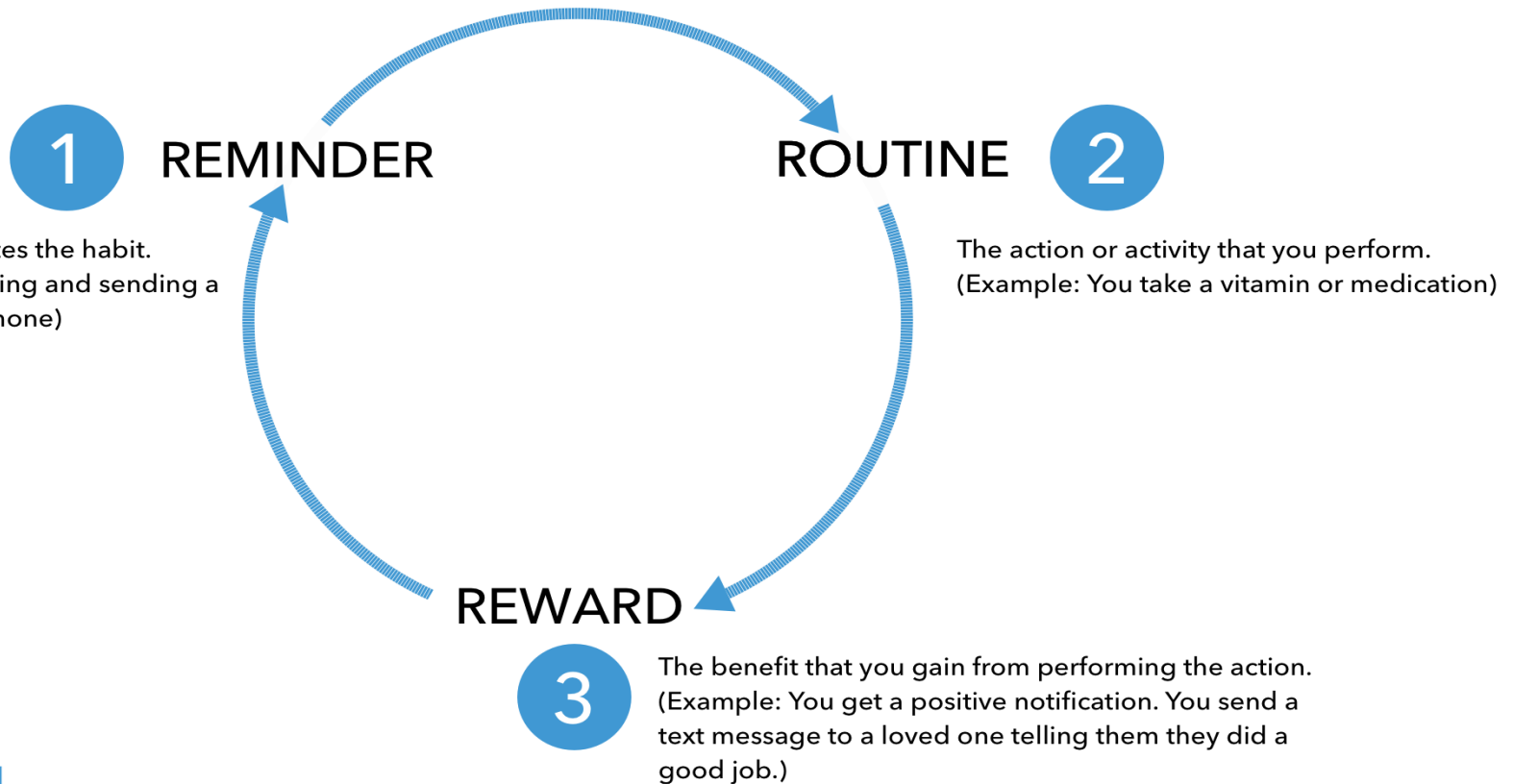
10) Understand the Six Elements of Simplicity that prevent people from taking actions (by B.J. Fogg)



Time refers to how long it takes to complete an action. **Money** represents that fiscal cost of taking an action. **Physical effort** is the amount of labor involved in taking the action. **Brain cycles** involve the level of mental effort and focus required to take an action. **Social deviance** is the extent to which the behavior is accepted by others. **Non-routine** refers to how much the action matches or disrupts existing routines.



THE HABIT FORMATION LOOP

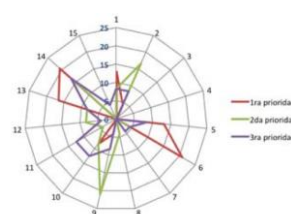


¿En qué estamos trabajando?

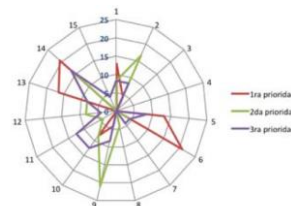
Metodología DARCA

- “Diseñando comportamientos”
- Diseñando interacciones emocionales/Persona-Robot?
- Incorporando a nuestras ecuaciones nuevas variables (¿IoT ó IoR?)
- Realizando estudios/autopsias teóricas
- ¿Genes sociales de las intervenciones?
- Probando y equivocándonos en condiciones experimentales
- Diseñando nuevas teorías ¿n=1?
- ¿Hacia una “intervención realmente personalizada”?

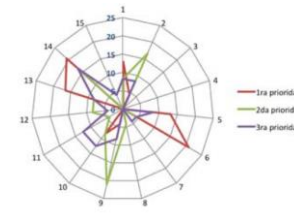
METODOLOGÍA DARCA (en desarrollo)



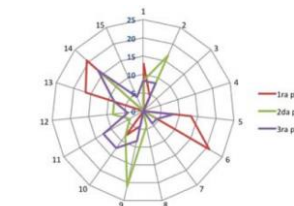
*App's
Ejercicio?*



**Robot personal
para mejorar
adhesión?**



Intervención “blended”
dieta sana



**Rehabilitación a
distancia?**

PERSUASIVE DESIGN FEATURES				
PERSUASION CONTEXT	PRIMARY TASK SUPPORT	DIALOGUE SUPPORT	CREDIBILITY SUPPORT	SOCIAL SUPPORT
The Intent <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;"><i>Persuader</i></div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"><i>Change type</i></div>	<i>Reduction</i> <i>Tunneling</i> <i>Tailoring</i>	<i>Praise</i> <i>Rewards</i> <i>Reminders</i>	<i>Trustworthiness</i> <i>Expertise</i> <i>Surface credibility</i>	<i>Social learning</i> <i>Social comparison</i> <i>Normative influence</i>
The Event <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;"><i>Use context^a</i></div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;"><i>User context^b</i></div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"><i>Technology context^c</i></div>	<i>Personalization</i> <i>Self-monitoring</i> <i>Simulation</i> <i>Rehearsal</i>	<i>Suggestion</i> <i>Similarity</i> <i>Liking</i> <i>Social role</i>	<i>Real world feel</i> <i>Authority</i> <i>Third party endorsements</i> <i>Verifiability</i>	<i>Social facilitation</i> <i>Cooperation</i> <i>Competition</i> <i>Recognition</i>
The Strategy <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;"><i>Message</i></div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"><i>Route</i></div>				

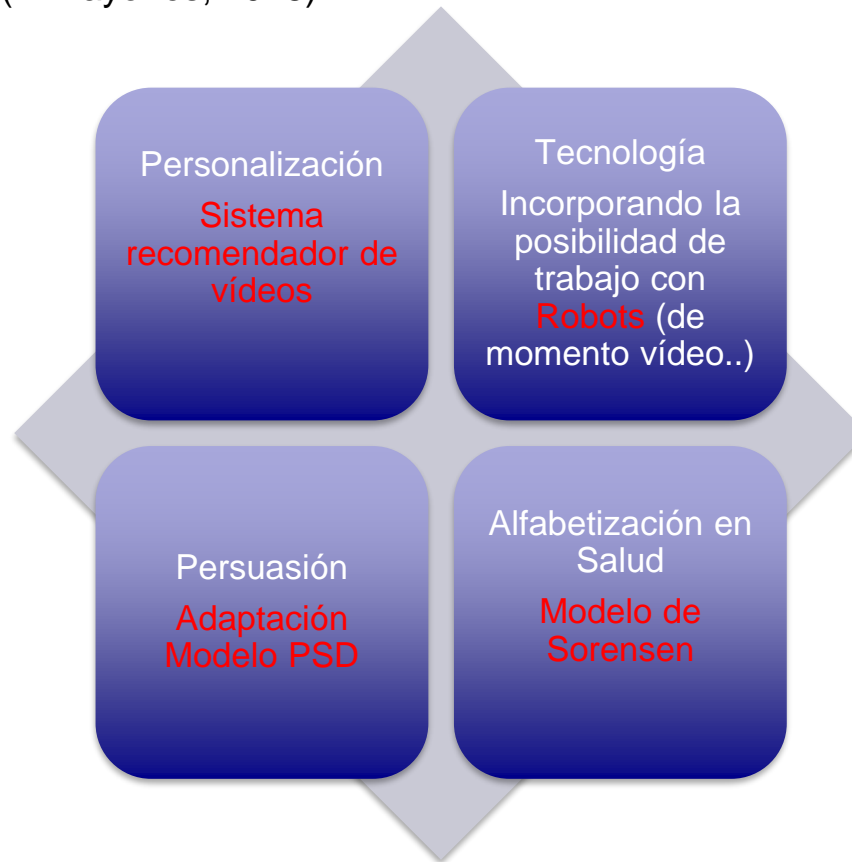
^a Problem domain dependent features
^b User dependent features e.g. goals, motivation, lifestyles, and others
^c Technology dependent features

© Copyright Policy - open-access
 License 1 - License 2

Related In: [Results](#) - [Collection](#)
[Show All Figures](#)

figure2: PSD Model (adapted from Oinas-Kukkonen and Harjumaa [26])

El Modelo DARCA de Alfabetización Digital en Salud
(Armayones, 2018)





Si hacer fuera tan fácil cómo saber lo que hay que hacer, las capillas sería iglesias y las casas de los pobres, palacios de ricos.

W.Shakespeare
(El mercader de Venecia, Acto I, Escena II).

¡Muchas gracias!

@armayones