

ANÁLISIS DE LA CONDUCTA

Reflexión y análisis

DISEMINANDO CON RESPONSABILIDAD ¹

DISSEMINATING WITH RESPONSABILITY

Gabriela del Carmen Preciat Fernández.²
Red Iberoamericana de Analistas Conductuales.
México.

RESUMEN

Este artículo, ofrece brevemente una descripción del análisis del comportamiento aplicado y el comportamiento ético esperado de un analista de la conducta en relación con la divulgación. Adicionalmente, discute la problemática ética de la divulgación por personas que no son analistas de la conducta o no tienen la suficiente experiencia o el conocimiento académico; las limitaciones de organizaciones oficiales en la divulgación hacia el público general; y menciona las habilidades básicas que un profesional debe tener para divulgar efectivamente. Al final, se ofrece una conclusión general de los temas más significativos tratados en este artículo.

ABSTRACT

This article gives a brief description of applied behavior analysis and the expected ethical behavior a behavior analyst should display in regards to dissemination. Additionally, it argues the ethical issue of the dissemination by people who are not behavior analysts or do not have enough experience or academic acknowledge; the limitations of official organizations on disseminating to the general public; and mentions the basic skills that a professional should have to be able to disseminate effectively. At the end, a general conclusion of the major topics is given.

PALABRAS CLAVE

Divulgación, análisis de la conducta, ética

KEY WORDS

Disseminatio, behavior análisis, ethics

¹ Recibido el 17 de enero de 2019 y aceptado 30 de enero de 2019.

² E-mail: Gpreciat@gmail.com

El análisis del comportamiento aplicado es la ciencia enfocada en estudiar la relación funcional (causa y efecto), entre una intervención o varias y el comportamiento de uno o más individuos. El objetivo es estudiar y analizar intervenciones que tengan efectos significativos en problemas sociales, relevantes para el individuo o individuos, como la obesidad, la autoflagelación, o fumar en exceso (Cooper, Heron & Heward, 2007; Fisher, Groff y Roane, 2011). El análisis del comportamiento aplicado (ACA), está fundado en los principios estudiados y desarrollados por el análisis del comportamiento experimental (Fisher et al. 2011). El ACA nació como una necesidad de aplicar los principios estudiados por el análisis del comportamiento experimental (ACE) en la vida diaria, los campos aplicados (Fisher et al. 2011). Baer, Wolf y Risley (1968) mencionan que el ACA tiene 7 dimensiones, aplicada, generalizable, efectiva, tecnológica, sistemática conceptual, analítica y conductual. En conclusión, tenemos que el ACA es una ciencia que estudia los comportamientos y las relaciones funcionales con el ambiente natural, el ambiente de todos los días.

La Ética

De acuerdo con la *Junta de Acreditación del Análisis del Comportamiento* (BACB, 2018, Código 6.02), diseminar significa, que los analistas del comportamiento promuevan el análisis del comportamiento, haciendo disponible la información sobre esta ciencia al público en general, a través de presentaciones, discusiones y otros medios. Esto quiere decir que la información promovida debe ser clara para el oyente o lector (Bailey & Burch, 2016, código 6.02). Skinner dijo que el lenguaje mentalista es parte de nuestro día a día y que los profesionales no deben sentirse apenados por usarlo. Sin embargo, cuando hablamos de ciencia, uno debe abstenerse de emplear explicaciones mentalistas (como se citó en Friman, Hayes y Wilson, 1998). Asimismo, Bailey y Burch (2016) advierten que se debe considerar a quien se le da la información y para qué.

Además, la diseminación es una obligación que tienen los analistas del comportamiento acreditados a la ciencia del análisis del comportamiento, y la profesión (BACB, 2018, Código, 6.0). De

acuerdo con Bailey y Burch (2016) dos analistas, en dos partes del mundo no pueden definir de manera diferente cualquier concepto, tecnología del análisis del comportamiento. Todo analista del comportamiento debe ser uniforme en su conocimiento sobre el análisis del comportamiento, esto es porque nuestro conocimiento debe estar basado en la evidencia (Bailey y Burch, 2016). Conjuntamente, el código 8.04 (BACB, 2018), declara que todo comentario, consejo, demostración, afirmación, artículos, materiales digitales deben estar basados en la literatura y práctica del análisis conductual; que las afirmaciones emitidas deben ser consistentes con el código (ser honestos, mantener la confidencialidad, y basar opiniones en evaluaciones o evidencia científica); y que el consejo o comentario no debe convertirse en un servicio ofrecido a una persona.

De igual manera un analista del comportamiento debe modelar, apoyar los valores y la ética del análisis del comportamiento (BACB, 2018, Código 6.1). Además de participar en organizaciones y actividades científicas (BACB, 2018, Código 6.1). De acuerdo con Bailey y Burch (2016) los valores del análisis del comportamiento son el compromiso para cambiar comportamientos socialmente significativos, seguir una metodología para la mejora del comportamiento y las siete dimensiones descritas por Wolf, Baer y Risley.

Relevante al tema de diseminación, también está el código 7.0 (BACB, 2018), el cual habla de promover una cultura ética. Según Bailey y Burch (2016), un analista de la conducta debe mantener y promover en otros un comportamiento ético. La manera en que se promueve un comportamiento ético en los demás, es utilizando tecnologías del análisis del comportamiento, como reforzamiento y moldeamiento (Bailey & Burch, 2016).

Un caso de acreditación

Este comportamiento, el de la diseminación, ha tenido auge, tanto en Estados Unidos, como en Latinoamérica. Hay blogs, vlogs, foros, grupos en Facebook, paginas, y conferencias; donde se habla, se discute, se pregunta, y se aclara.

De acuerdo con Morris (1985), el problema de la desinformación en la diseminación es la representación de información dada por personas que conocen poco o nada sobre el análisis del comportamiento y que se presentan a sí mismos como analistas de la conducta, o expertos en el tema de la conducta.

La mayoría de los blogs, vlogs, podcasts y grupos de Facebook sobre el análisis del comportamiento en USA están manejados por analistas del comportamiento acreditados (BCBA), como Matt Cicoria (Behavioral Observation Podcast), Ryan O'Donnell (Daily BA), Amanda Kelly (behaviorbabe) y Celia Heyman (ABA study group). Como BCBA's todas estas entidades están obligados a seguir el código ético. Consecuentemente, estas personas son reforzadas a seguir los valores del código ético de la BACB (2018).

De otro lado, en Latinoamérica hay una escasez grande de analistas del comportamiento acreditados. Habiendo un BCBA y un asistente de analista del comportamiento (BCaBA) en Mexico (BACB, 2019), dos BCBA en Colombia (BACB, 2019), un BCBA en Argentina (BACB, 2019), y ni uno solo en Chile (BACB, 2019). Y aunque en España hay más analistas del comportamiento acreditados, habiendo 15 BCBA's y dos BCaBA's, solo tres de ellos viven en Madrid (BACB, 2019), notando igual una escasez, pero menos amplia que en Latinoamérica.

La organización americana de *Análisis del Comportamiento Aplicado Internacional (ABAI)*, en un intento de globalizar la diseminación del ACA, está afiliada a varias asociaciones alrededor del

mundo (ABAI, 2019). En Estados Unidos, son 51 asociaciones en total. Mientras que en Latinoamérica son 4 (ABAI, 2019). ABA Colombia, ha mantenido relaciones con la ABAI desde 1994 (ABAI, 2019). Su método de diseminación consiste en la investigación de intervenciones o principios del análisis conductual en el ambiente natural. Según la ABAI (2019), ABA Colombia ha ofrecido talleres y ha participado en conferencias. ABA Brasil, esta afiliada a la ABAI desde 2003, con 2,470 miembros, y tiene conferencias anuales (ABAI, 2019). La Sociedad Mexicana de Analisis de la Conducta, ha tenido convenciones anuales desde 1975, pero ha estado afiliada a la ABAI, desde 1992 (ABAI, 2019). Todas estas asociaciones se han dedicado a la investigación y publicación de estrategias y principios ACA (ABAI, 2019).

El posible problema es que todas estas asociaciones hablan de ACA con estudiantes o profesionales conductuales. Las investigaciones científicas usualmente no están disponibles para el público, y cuando las investigaciones y conferencias están disponibles para el público, el orador o experto habla en términos conductuales, nunca para el público general (Bailey & Burch, 2016).

La Red Social

De acuerdo con O'Leary, Miller, Olive y Kelly (2017), la red social esta creciendo a un paso desmedido al ofrecer a individuos y compañías, una forma rápida y fácil de conectarse con otras entidades de mismo carácter o similar. De acuerdo con Zeevi, una de siete personas tiene una cuenta Facebook activa (como se citó en O'Leary et al. 2017). Y esto ha provocado que muchos analistas del comportamiento consideren a la red social como una herramienta muy útil. Habiendo páginas y grupos tanto anglosajones (applied behavior analysis employment, students of applied behavior analysis, applied behavior analysis,) como hispanos (objetividad y psicología, ABA para hispanohablantes, Walden IV, estudios del comportamiento humano, entre otros) disponibles en la red. Pero, O'Leary et al. (2017) mencionan que el intercambio de comunicación entre estos grupos o paginas no son exclusivos para los analistas del comportamiento acreditados. Por lo que, personas que no tienen

(padres) o tienen un mínimo conocimiento (educadores y estudiantes) sobre el análisis de la conducta pueden participar, crear o administrar un grupo en la red social. Esto, conlleva a un conflicto ético importante, puesto que la información dada puede ser equivocada, o que la persona no siga el código ético del analista del comportamiento, pensando que no aplica a su persona.

Las Habilidades

Estudiantes o profesionales del análisis conductual, cuando hablan con un profesional o estudiante afiliada a una teoría no conductual, lo primero que pueden preguntar es ¿Esta basado en evidencia?, sin embargo, Bailey y Burch (2016) contraindican en seguir este comportamiento.

Critchfield (2014), al igual que la BACB (2018, código 7.0) describe que un analista del comportamiento debe promover en sí mismo y en otros, una conducta basada en la filosofía del análisis del comportamiento, cuando converse, discuta, o exponga un tema. Como primer paso, el analista del comportamiento debe considerar que el organismo siempre tiene la razón, pues son sus experiencias previas lo que lo han llevado a esa conducta. El comportamiento no es personal, en el momento en que el analista del comportamiento muestre agresión durante una discusión en ese momento ha perdido la capacidad de persuadir al otro. Un analista del comportamiento también debe recordar que todo comportamiento tiene una función; debe planificar su propia conducta para evocar un cambio; y ser consciente que el cambio de un comportamiento es gradual. Critchfield (2014) exhorta al profesional a escoger un comportamiento. Un analista del comportamiento no debe tratar de abarcar varios comportamientos ya que le será difícil manejarlos, y no conseguirá el objetivo. El analista del comportamiento tiene que basarse en todo momento en la evidencia. Entre más repita la aplicación de principios conductuales, más fluido será el analista del comportamiento; y como punto final, y el más importante es el de considerar que para enseñar análisis del comportamiento se necesita enseñarlo con análisis del comportamiento (Critchfield, 2014).

De manera similar, Todd (2014) recomienda a los analistas del comportamiento o estudiantes de análisis del comportamiento, dar retroalimentación solo cuando el individuo la pide; también el analista del comportamiento debe considerar que, si la retroalimentación no tiene un resultado tangible e inmediato, existe una alta probabilidad de que sea rechazada. Todd (2014) también recomienda moldear el comportamiento de la persona con la que se está discutiendo. Carnegie sugería felicitar a la persona por cualquier cambio, demostrar una apreciación honesta, hacerle parecer que el error es fácil de corregir, y cuando la persona siga una sugerencia, hacerla feliz (como se citó por Todd, 2014).

Según Bailey y Burch (2016) un analista del comportamiento debe tener o desarrollar habilidades, que lo apoyen para tener una conducta ética, y profesional, algunas de las habilidades mencionadas son relevantes para discutir y diseminar el análisis del comportamiento.

De acuerdo con Bailey y Burch (2010) ser asertivo significa hablar de una manera calmada, organizada, lógica y concisa. Si una persona está en desacuerdo, el analista del comportamiento deberá ser directo y breve, exponiendo su argumento. Si, aun así, el argumento no convence a la persona, Bailey y Burch (2010) indican que la persona podría utilizar un reforzamiento diferencial de otro comportamiento. Sin embargo, también advierten (Bailey & Burch, 2010) en saber cuándo ser asertivo. En el momento que el analista del comportamiento diga “no”, se recomienda que lo acompañe con una explicación o una alternativa.

De igual manera, un analista del comportamiento debe poder comunicarse interpersonalmente, el profesional, debe ser simpático, amigable, sonreír, mostrarse interesado por los demás, mostrar empatía, desarrollar un *rapport* con la persona, utilizar el mismo vocabulario, y felicitar (Bailey & Burch 2010).

Según Bailey and Burch (2010) también es importante influenciar y persuadir. Influenciar significa cambiar el comportamiento de una persona sin necesidad de la coerción. Tácticas para

influenciar consisten en presentar información en la cual analista del comportamiento sea competente y dar información basada en evidencia (Bailey & Burch, 2010). Sin embargo, la presentación de datos no siempre es efectiva (Bailey & Burch, 2010). Persuadir, según Bailey y Burch (2010) significa presentar la información de manera lógica. El primero paso es tener credibilidad, esto es ser competente y ser honesto; conocer a la persona con la que se está discutiendo; y captar la atención del oyente (Bailey & Burch, 2010).

Pensar funcionalmente es otra habilidad descrita por Bailey y Burch (2010), cuando el analista del comportamiento está discutiendo o presentando su argumento, debe analizar la función del comportamiento, las variables que están controlando la conducta de la persona con la que se esta discutiendo. Conjuntamente, y como ya fue mencionado antes, un analista del comportamiento utiliza moldeamiento durante una discusión y sobre todo tener un pensamiento crítico (Bailey & Burch, 2010).

CONCLUSIONES

Los analistas del comportamiento tienen la responsabilidad de diseminar la ciencia del comportamiento, y mostrar comportamientos basados en su filosofía. Cuando un analista del comportamiento habla de la ciencia de la conducta, en ese momento la esta representando. Si el analista del comportamiento se presenta como estímulo aversivo, causara una evitación del oyente a la ciencia en sí, o hasta un repudio. En cambio, si el analista del comportamiento presenta y entrega estímulos reforzantes, el oyente estará mas abierto a escuchar y aprender sobre esta ciencia.

Aprender conductas basadas en la filosofía del análisis de la conducta es muy difícil. Requiere amplia práctica, entrenamiento y estudio. Un analista del comportamiento no se certifica para obtener un papel, o llamarse conductista. La certificación funciona como un contra control. La certificación es para el beneficio del cliente, paciente u oyente. Tener la confianza de que la persona es competente

en el ámbito profesional y académico del análisis de la conducta. Y tener la confianza de que la conducta de la persona será altamente profesional, siguiendo los lineamientos del código ético.

El código ético refuerza las buenas practicas profesionales y disminuye las situaciones que podrían conllevar a prácticas no éticas, así como situaciones que pueden herir al paciente o cliente. Una persona no certificada puede poseer competencia en las prácticas profesionales y diseminación, pero al no haber contra controles, que monitoreen su conducta, es desconocido que comportamientos pueda tener y como esto afectaran al oyente, o cliente.

La diseminación como el resto del trabajo del analista de la conducta o conductista, debe ser continuamente monitoreada y analizada. Identificar las contingencias que controlan el comportamiento de la persona, reforzar aquellas que se apegan a la filosofía del análisis de la conducta y reforzar la obtención de la acreditación. Esto debe ser un trabajo conjunto en la comunidad conductual, para crear efectos mayores en cantidad y calidad sobre la sociedad.

REFERENCIAS

- Association for Behavior Analysis International. (s.f.). Recuperado de: <https://www.abainternational.org/constituents/chapters.aspx>
- Baer, D. M., Wolf, M. M., & Risley, T. R. (1968). Some current dimensions of applied behavior analysis 1. *Journal of applied behavior analysis*, 1(1), 91-97.
- Bailey, J., & Burch, M. (2016). *Ethics for behavior analysts*. USA: Routledge
- Bailey, J., & Burch, M. (2010) *25 essential skills & strategies for the professional behavior analyst :expert tips for maximizing consulting effectiveness* New York ; Routledge,
- Behavior Analysts Certification Board (2019) BCBA/BCaBA Registry. Recuperado de: <https://www.bacb.com/services/o.php?page=100155>

- Behavior Analysts Certification Board (2018). Professional and ethical compliance code for behavior analysts. Recuperado de https://www.bacb.com/wp-content/uploads/compliance-code-english_181217.pdf
- Cooper, J. O., Heron, T. E., Heward, W. L. (2007). *Applied behavior análisis*. USA: Pearson
- Critchfield, T. S. (2014). Ten rules for discussing behavior analysis. *Behavior analysis in practice*, 7(2), 141-142.
- Fisher, W. W., Groff, R. A., & Roane, H. S. (2011) Applied behavior analysis: history, philosophy, principles and basic methods. In Fisher, W. W., Piazza, C. C., & Roane H. S. (Eds.), *Handbook of applied behavior analysis* (pp. 3-13) New York, NY: The Guilford Press.
- Friman, P. C., Hayes, S. C., & Wilson, K. G. (1998). Why behavior analysts should study emotion: The example of anxiety. *Journal of applied Behavior analysis*, 31(1), 137-156.
- Morris, E. K. (1985). Public information, dissemination, and behavior analysis. *The Behavior Analyst*, 8(1), 95-110.
- Todd, J. T. (2014). Some useful resources for students who are tempted to bring enlightenment to errant non-behaviorists. *Behavior analysis in practice*, 7(2), 143.
- O’Leary, P. N., Miller, M. M., Olive, M. L., & Kelly, A. N. (2015). Blurred Lines: Ethical Implications of Social Media for Behavior Analysts. *Behavior Analysis in Practice*, 10(1), 45-51. doi:10.1007/s40617-014-0033-0