

El aprendizaje profesional en Digitalandia



Philios Andreou Sphika

Actualmente, estamos viviendo un cambio social que se ve acompañado por un cambio en la forma de aprender, enseñar e, incluso, de entretener. Paralelamente, en el mundo de la formación, con la masificación de los cursos a través de la Web, contamos con posibilidades tecnológicas cada vez más amplias.

MI HIJA TIENE TRES AÑOS y no para de asombrarme; tengo que reconocer que soy un padre novato, pero sé que soy mucho más novato en la era digital que en la paternal.

Hace unos meses fui a Londres con ella y con mi mujer. Nada más llegar al hotel, mientras el botones nos dejaba las maletas en la habitación y mi mujer y yo buscábamos las luces, mi hija se subió encima de la cama, abrió la puerta del armario donde estaba la tele, cogió el mando y empezó a buscar los canales



para encontrar alguno con dibujos animados. ¡Me asusté! ¿Cómo sabía dónde estaba la tele? ¿Cómo sabía dónde estaba el mando? ¿Cuál era el mando? ¿Cómo funcionaba? ¿Por qué suponía que podría hacerlo?

Al mismo tiempo, recordé lo que me había pasado dos meses antes en otro hotel cuando fuimos con mis padres de vacaciones. Mi madre vino a mi habitación y me pidió que fuera a ayudar a mi padre a encender la tele y a explicarle cómo usar el mando (ya que era distinto, por supuesto, del que ellos tenían en casa). Mi padre, un directivo de ban-

ca retirado, a sus 65 años, ¡se sentía menos capaz con la tecnología que mi hija de tres!

Como dice Marc Prensky en "Digital immigrants": "Somos inmigrantes digitales, mientras que nuestros hijos son nativos digitales en este mundo de Internet y de la información". Y, como inmigrantes, vamos aprendiendo el lenguaje, a veces incluso los giros necesarios para adquirir cierto acento nativo; pero ya no vamos a ser nunca como ellos, como los nativos de verdad, los que han nacido con la tecnología y a los que la tecnología no les asusta, sino que

está a su servicio. Mientras los inmigrantes intentamos tener presente esta tecnología como forma de poder, de prestigio, de diferenciación, para los nativos es parte inseparable de ellos: nacen, crecen y viven con ella paso a paso. Mi padre era un inmigrante que no se adaptaría a este nuevo país, un inmigrante que, para entenderse, tendría que comunicarse por señas con los nativos.

Las escalas de pertenencia

Hoy mismo quizá podemos establecer una especie de triángulo de pertenencia y evolución, en el que los nativos digitales se encuentran en un extremo y los extranjeros en otro (véase el cuadro 1). Serían extranjeros los que siguen trabajando en papel e incluso tienen fobia a la parte digital. En el medio estamos los inmigrantes integrados y los inmigrantes forzados. La diferencia entre estos dos grupos es su nivel de integración. Los forzados ven la tecnología como un mal necesario; se adaptan a ella aprendiendo a utilizar los medios, aunque su fuerte esté en la parte tradicional: escriben en papel para luego pasarlo al ordenador, llaman por teléfono para contar lo que después enviarán por *e-mail*, están informatizados en el trabajo –pero no en casa– y saben utilizar los medios tecnológicos en el primer nivel (utilizan el móvil sólo para voz, ponen el vídeo sólo para ver y grabar películas, utilizan los PDA como calendarios básicos, e Internet como un medio para visitar alguna *web* de interés y leer su correo, etc.).

Los inmigrantes integrados tienen más control sobre la tecnología y buscan en ella fórmulas de optimizar su trabajo. Entienden la importancia de Internet como un medio no sólo de comunicación, sino también de interacción, funcionan constantemente con el móvil (no tienen por qué ir a la oficina para leer sus *e-mails*, trabajan desde sitios remotos y usan la integración de las tecnologías coordinando agendas electrónicas, haciendo compras físicas en la *Web*, etc.)

Los nativos tienen otra forma de trabajar y de actuar. Para ellos el sistema digital es un modo de vida y usan los medios como extensión de ellos mismos. Aprenden su uso sobre la marcha y actúan con las nuevas tecnologías de una forma no secuencial.

Los inmigrantes hemos aprendido durante toda nuestra vida (educativa y social) a ir paso a paso y a construir sobre lo aprendido para llegar a lo no comprensible. En la escuela, primero aprendemos a sumar y después a restar, ya que siempre se ha pensado que hay que tener claros unos conceptos antes de empezar con otros, etc. En la vida profesional nos pasa lo mismo.

Con la llegada de Internet hemos tenido que entrar en ese mundo, con lo cual primero hemos aprendido a enviar *e-mails*, después hemos incorporado las listas de distribución y progresivamente vamos aprendiendo a usar más las tecnologías.

Sin embargo, los nativos no tienen ese lujo. Su mundo natural, el del videojuego, el concurso televisivo, los multimedia o la multitecnología, es un mundo desordenado, un mundo donde las cosas se aprenden a la vez (el marcianito corre, salta, dispara, esquiva, etc. desde la primera escena) y sólo se recibe información si se solicita. El resto se aprende sobre la marcha.

Cada vez me doy más cuenta de que estamos en un mundo de nativos. Hoy día, compramos aparatos de tecnología sin manual de instrucciones; como mucho, adjuntan un CD-Rom multimedia de publicidad indicando dónde se puede encontrar algo de información si se necesita. Se aprende sobre la marcha, experimentando y equivocándose, y los inmigrantes solemos soñar con el maldito manual de papel.

Philius Andreou Sphika es Doctor en Psicología de Marketing por la Universidad de Southampton, MEGA por la Universidad de Deusto, LPSF (Harvard) y ODP (Insead). Actualmente, director general de Internet Simulations Consulting.

La diferencia: ¿tienen gustos distintos los nativos digitales?

Esto nos lleva a la idea principal: hay una gran diferencia entre los jóvenes de ahora y los “mayores”, pero no sólo en la forma de ver la tecnología.

Vamos a examinar dos tendencias donde las diferencias son aparentes, muy importantes, e, incluso, están muy ligadas entre sí:

- ▶ El entretenimiento y la motivación.
- ▶ El aprendizaje.

El entretenimiento y la motivación.

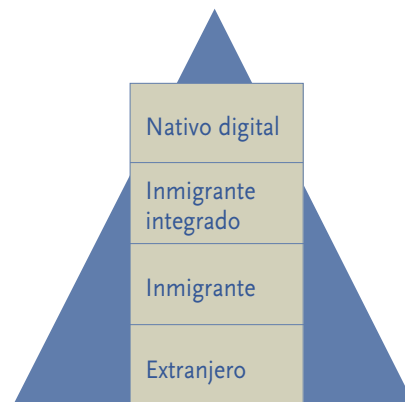
Es curioso ver que programas como

Operación Triunfo han conquistado a la audiencia en los últimos años. Quince millones de espectadores; y además, por primera vez se han conseguido más ingresos de la participación del público (mensajes y llamadas de voto) que ingresos por publicidad en los intermedios, más éxitos y *fans* en cuatro meses que en artistas ya consagrados... Por supuesto, *Gran Hermano* no ha sido menos, y *Supervivientes*, *El Bus*, etc. han obtenido una gran cuota de pantalla. ¿Un éxito televisivo o un éxito social?

Incluso en el mundo de los concursos televisivos de preguntas y respuestas, que han existido desde hace 40

CUADRO 1

Triángulo de pertenencia y evolución en el mundo digital



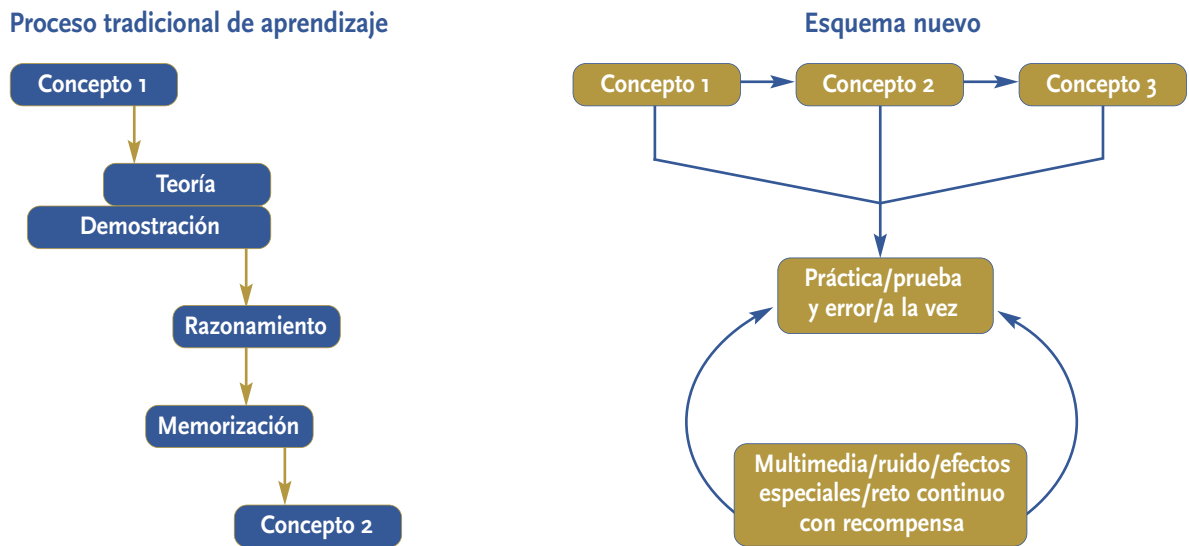
CUADRO 2

Claves del éxito de los programas de televisión

Programas de inmigrantes	Programas de nativos
<ul style="list-style-type: none"> • Toque de humor • Políticamente correctos • Dosis pequeñas (semanales) • Trama • Temporadas de programa • Historias paralelas de interés para toda la familia • Temas de la vida cotidiana 	<ul style="list-style-type: none"> • Implicación del público • Interactividad con gestión del programa y actores • Continuo-intensivo con posibilidad de 24 horas • Concentración del programa en espacio-tiempo • Aspecto juego (perder/ganar)

CUADRO 3

Diferencias entre el proceso de aprendizaje tradicional y el nuevo



años, apareció un gran programa, 50×15 , que conquistó la audiencia en todos los países del mundo. Pero ¿qué es lo que hace exitoso este tipo de programas, algo que sólo estaba reservado para programas como *Farmacia de guardia* y *Médico de familia*, dos de los éxitos televisivos en los últimos diez años? (véase el cuadro 2).

Si comparamos primero el programa 50×15 con otros concursos del mismo estilo (tipo *Mastermind*), podemos observar una diferencia: por primera vez, el público estaba implicado. Y esto se refleja en lo siguiente:

1. Había muchos concursantes en el plató, algo que permitía una familiaridad con el programa –gente de toda España todos los días, etc.– (aunque sólo algunos concursaban de verdad).
2. Había público durante el concurso.
3. Las preguntas eran del tipo elección múltiple, lo cual permitía cierto “juego”, ya que los concursantes y, en consecuencia, los espectadores podrían contestar basándose en una estrategia por eliminación o por suerte.
4. El concursante tenía tres comodines, y dos de ellos involucraban al público. Un comodín permitía al concursante llamar a un familiar o amigo

para que le ayudara a contestar la pregunta, y el otro comodín dejaba al público votar para indicar al concursante la respuesta correcta.

5. Incluso acaban de lanzar el nuevo 50×15 en la televisión por satélite, en el que el telespectador podrá participar en directo desde casa y ganar premios.

Tras 50×15 , los programas de mayor éxito han sido los del tipo “convivencia en vivo”, en los que los espectadores veían a gente como ellos conviviendo en una casa, en un autobús, en una isla desierta o en una academia de música. Los espectadores no sólo podían seguir esta convivencia 24 horas al día, sino que también podían interactuar y votar para que les ocurrieran ciertas cosas a los concursantes (o que hicieran ciertas cosas) o que, incluso, el ganador o los perdedores del programa los eligiera el público según sus propios criterios (afinidad con ellos, talento, etc.).

¿Y los juegos? Videojuegos, consolas, juegos de ordenador, etc. Hace ya tiempo que los famosos juegan de marcanitos, comecocos, de plataformas, etc. ya no atraen a la gente joven. ¡Esos juegos eran muy lineales! Había una ruta que había que seguir o una manera de jugar, y simplemente aprendías el manejo del

juego: sin sorpresas y con niveles de dificultad. No obstante, si observamos los juegos de nueva generación que tienen a los jóvenes de hoy enganchados, concentrados y motivados, vemos que presentan las siguientes características:

- ▶ **Involucración:** posibilidad de elegir tu personaje/coche/herramienta e, incluso, las características físicas y habilidades de tu compañero “virtual”.
- ▶ **Interacción:** posibilidad de jugar contra otros en red y/o ganar o superar a oponentes “reales”.
- ▶ **Realismo:** excelente grafismo en las escenas, con dominio de posturas, movimientos, etc.
- ▶ **Accesorios “no obligatorios”:** uno puede aprender sobre el juego (los trucos, dónde han llegado otros, etc.) a través de libros o revistas especializadas, foros, *chats*, etc.
- ▶ **Componente estratégico:** a veces, la dificultad no está sólo en el manejo del juego, sino también en el planteamiento estratégico del propio juego (qué hacer y cómo).
- ▶ **Problemática real:** posibilidad de ver reflejada una situación más cercana a la realidad y con un fin motivador: ¿puedes conseguir ser una *pop star*?, ¿y un multimillonario?, ¿puedes

sobrevivir como un soldado en una guerra?, ¿puedes ser un detective y descubrir a los asesinos?

- ▶ Continuidad: posibilidad de grabar los resultados y seguir más adelante cuando se tenga más tiempo. Esto permite largas partidas de varios días o meses.

Todo esto, en realidad, está englobado en lo que podemos llamar el “proceso” del juego, y es este proceso lo que lo hace atractivo, motivador (adictivo). Los creadores de juegos lo tienen bastante claro: su objetivo es hacer algo que no sólo resulte atractivo a la vista, sino que también atraiga al jugador a jugar día tras día, hora tras hora, y son estos resultados los que determinan sus éxitos (Prensky, Marc: “The Motivation of Gameplay”).

¿Y el aprendizaje? Hemos visto unos cambios en la forma de ser, estar e, incluso, en la forma de entretenerse; pero ¿cómo afecta esto al aprendizaje y la formación?

Aunque todavía se está debatiendo mucho sobre el proceso de aprendizaje (hay más de cincuenta teorías, sin contar algunas ramas de la Psicología), la mayoría de los investigadores está de acuerdo en que ciertos factores ayudan al aprendizaje (Jensen, Eric: *Brain Based learning*):

- ▶ El uso de premios o recompensas.
- ▶ El uso de actividades emocionales.
- ▶ Relajación.
- ▶ Interacción.
- ▶ Retroalimentación positiva e inmediata.

Estas condiciones, como podemos observar, están muy ligadas al proceso de juego que comentamos anteriormente, lo que no es ninguna sorpresa. Los juegos suelen ofrecer el mejor ambiente para el aprendizaje y obligan al jugador a aprender como parte de este proceso. De esta forma, tenemos un jugador motivado para aprender y un proceso motivador, y ahora podemos examinar el propio formato que los juegos emplean para el aprendizaje.

Examinando la forma en la que los nativos digitales aprenden a mejorar en sus juegos, videojuegos, juegos de

tablero, etc., está muy claro que un jugador joven, a lo largo del tiempo, mejora e incluso perfecciona su juego, pasando a niveles más altos o a juegos más complicados.

Es un hecho irrefutable que los nativos digitales no aprenden leyendo manuales, ni con instrucciones paso a paso, ya que eso ralentizaría el flujo del juego y lo convertiría en algo aburrido o no-juego. La base fundamental en el aprendizaje de los juegos es la prueba y el error, el reto, el “todo a la vez”, el efecto, etc. (véase el cuadro 3).

Pero ¿quién es el nativo digital?

Muchos de los que leen este artículo pensarán que estamos hablando de la nueva generación, de los hijos de nuestros hijos; pero la realidad es que esa era ya está aquí.

La generación que en los últimos 3-5 años se ha incorporado al mundo profesional está formada por personas que han nacido en la era digital de los ochenta. Son los que han crecido con la Playstation y los videojuegos, con Internet y con las películas de animación y efectos especiales. Para ellos, incluso los marcianitos y los comecocos son historias o cuentos “de viejos”. El manejo de los móviles, los SMS, etc. es parte de ellos, y lo hacen sin pensar. No sólo manejan los videojuegos, sino que probablemente siguen jugando para entretenerse porque les motiva. Para ellos, el símbolo “:)” no es una cuestión de gramática, sino una expresión que quiere decir “estoy feliz”, y “n vs 9 d spr” significa “nos vemos a las nueve donde siempre” en el lenguaje de los mensajes cortos.

En definitiva, si nuestras empresas se van llenando de estas personas, nuestra formación se tiene que ir adaptando, cambiando, evolucionando (Rosenberg, Mark: *e-learning Strategies for delivering knowledge in the digital age*). La formación de hoy tiene que pensar en cómo hacer el proceso más “enganchante”, más entretenido, en cómo motivar al estudiante/participante y ofrecer lo siguiente:

- ▶ Interactividad: yo decido el cómo, el cuándo y el cuánto tiempo.

- ▶ Competitividad: yo aprendo, y eso me sirve para ganar o no perder.

- ▶ Realidad: aprendo lo que es realmente útil a través de situaciones parecidas a la realidad (simulaciones).


- ▶ Continuidad: una vez superado el curso, me muevo en otro nivel, con reglas e interfaces parecidas, pero con dificultad y/o agentes añadidos.

- ▶ Implicación: elijo la forma y la estrategia para moverme dentro del aprendizaje.

- ▶ Realismo: me muevo en un aspecto más acorde con los avances de las nuevas tecnologías (multimedia, diseño 3D, etc.).

- ▶ Accesorios: mientras estoy haciendo el curso, tengo la posibilidad de elegir otros módulos adicionales en aspectos relacionados.

Por todo ello, pensamos que los juegos digitales van a ser un punto muy importante en el currículo de formación de las empresas a partir de ahora. El formato de estos juegos dependerá del estilo de la empresa, de la cultura, de la gente y del contenido del aprendizaje deseado. Habrá simulaciones y videojuegos empresariales tanto de forma presencial como *on-line*. Y es que hay que evitar a toda costa que la “miopía” del marketing que han sufrido muchas empresas en ciertas épocas (Levitt, Theodore: “Marketing Miopia”) se sustituya ahora por la “miopía” de la formación enfocando sobre lo que hay que enseñar pero olvidando el cómo.

Es cada vez más evidente que no es posible formar a los profesionales de hoy para manejar el futuro ¡con herramientas y métodos de ayer! La formación tiene que ser cada vez más personalizada, y no nos podemos obcecar y utilizar fórmulas de aprendizaje de inmigrantes para enseñar a los nativos. Esto, en el mejor de los casos, los desmotivará; y en el peor, evitará que aprendan. 

«El aprendizaje profesional en Digitalandia». © Ediciones Deusto. Referencia n.º 2004.

Si desea más información relacionada con este tema, introduzca el código XXXX en www.e-deusto.com/buscadorempresarial