

Cuando el enemigo se convierte en aliado: El BYOD y las apps como estrategia para la formación de psicólogos.

Autor: Alejandra Bautista Pinzón¹

Cuando de formar profesionales se trata, encontramos un sinnúmero de desafíos que debemos enfrentar para lograr no sólo la adquisición de conocimientos, sino la apropiación de los mismos y su uso en situaciones cotidianas.

En la sociedad de la información, en donde los smartphones se han convertido en una herramienta indispensable de interacción entre las personas no sólo a nivel social sino académico y laboral (Henríquez Ritchie, Organista Sandoval, & Lavigne, 2013), el docente se enfrenta a una realidad en la cual los métodos de enseñanza tradicionales se quedan cortos frente a las posibilidades y necesidades actuales; además del hecho de que, de una u otra forma, los estudiantes se sientan menos atraídos por los contenidos estáticos y unilaterales (del docente hacia el estudiante).

En modalidades como la enseñanza virtual, o a distancia mediada por las Tecnologías de la información y la comunicación- TICs, se evidencia con mayor intensidad la necesidad de incorporar nuevas estrategias, diferentes a la subida de contenidos para lectura y repetición, si se quiere realmente capturar al estudiante no sólo en términos atencionales, sino en términos motivacionales y emocionales.

La sociedad 2.0 y cómo captar la atención de los estudiantes

La sociedad 2.0 como se conoce en diferentes ámbitos, es aquella en donde empiezan a aparecer procesos que en educación no se daban antes, dentro de los cuales se encuentran la democratización de la información y la construcción colectiva del conocimiento (Pérez); lo que implica que ya no es el docente el único actor responsable de los procesos de enseñanza- aprendizaje como se da en los modelos de educación tradicionales (Robalino, 2005) y no es él quien tiene la última palabra en materia de conocimiento, sino que se convierte en un mediador y guía entre la información disponible en la web, y el estudiante, que en este sentido se convierte en el principal actor del proceso (Onrubia, 2016).

Este nuevo esquema implica necesariamente que el estudiante se debe interesar por la búsqueda, lectura, interpretación y crítica de los contenidos y fuentes

¹ Psicóloga de la Universidad Nacional de Colombia, especialista en Pedagogía y Docencia Universitaria por la Universidad de San Buenaventura Bogotá; candidata a Máster en Neuromarketing por la Universidad Internacional de la Rioja (España). Docente investigadora del programa de psicología en UNINUTO Virtual y a Distancia, líder del semillero de investigación "Herramientas virtuales y formación de psicólogos" perteneciente al grupo de investigación

de información a los que se ve expuesto; sin embargo, cuando nos aproximamos a la realidad se observa que uno de los problemas fundamentales radica en que los contenidos pasan desapercibidos en gran cantidad de veces, y no se captura realmente la atención del estudiante.

La sobreexposición sensorial a la que se exponen los seres humanos a diario, tanto en el mundo físico como en el entorno virtual, parece ser una de las responsables de la aparente “falta de atención”; y es que es tal el número de estímulos a los que el cerebro está expuesto, que en realidad sólo una pequeña porción de la información se procesa de forma consciente; mientras que otro gran porcentaje se descarta o pasa a ser procesado de forma más inconsciente. Esto impacta procesos como la memoria y la apropiación conceptual requeridos para los procesos de aprendizaje perdurables.

Dentro de los elementos que se utilizan para captar la atención de las personas se encuentran el recurrir a modalidades sensoriales más atractivas y diversas, y el ofrecer una experiencia emocional que motive a la persona a mantener el foco atencional por un tiempo prolongado. Los smartphones, apps y juegos proveen este tipo de elementos, lo que en últimas hacen que sea más atractivo para el estudiante revisar sus redes sociales, que prestar atención a lo que el profesor está diciendo (que usualmente resulta ser la repetición de lo que ya se dejó como material de consulta); además del hecho de que para muchos docentes la tenencia de smartphones se ha convertido en un problema de magnitudes inesperadas para el aprendizaje (Collegedegrees.com, 2011).

En este sentido el docente debería pensar entonces no en cómo eliminar el smartphone del aula, sino ¿cómo hago para ganarle y captar la atención de mis estudiantes a pesar de la presencia de esta tecnología?

La emoción, en engagement emocional y su aplicación al currículo.

Dentro de los primeros elementos fundamentales para llamar y mantener la atención en un proceso se encuentra la emoción como proceso psicológico básico, presente en todos los seres humanos. La emoción se entiende como una respuesta con componentes fisiológicos, conductuales y cognitivos antes una situación; y que a lo largo de nuestra historia evolutiva han servido como elementos adaptativos ligados directamente a nuestra supervivencia y que “movilizan energía” para que los organismos puedan hacer frente a las situaciones. (Reeve, 2003).

Las emociones cuentan tanto con intensidad como con valencia; y ese segundo concepto implica que hay emociones consideradas como *positivas*, que permitirán a los organismos aproximarse a la situación; mientras que las que caen dentro de la categoría de *negativas* generarán que el individuo se aleje de las mismas.

Las emociones básicas, descritas por Ekman y Oster (1979) son: a) Alegría, b) Tristeza, c) Ira, d) Miedo, e) Asco, f) Sorpresa; cada una de las cuáles cumple una función adaptativa como se observa en la figura 1.



Figura 1. Función de las emociones. Tomado de (Psicoactiva, s.f.)

Emociones como la alegría y la sorpresa estarían relacionadas con experiencias que por una parte llaman la atención y por otra quisieran repetirse; mientras que emociones como el miedo, aunque tiene un arousal importante y una ventaja a nivel de memoria (Adelman & Estes, 2013; citados por Balda, 2015), son emociones que alejarán a la persona de la experiencia. Lo que en términos generales significa que si queremos crear una experiencia interesante tendríamos que apuntar a estas dos emociones.

El concepto de *engagement emocional*, aunque se ha utilizado más en el campo del marketing y la relación de “amor y compromiso” entre los consumidores con las marcas (Dahlman, 2010), se puede utilizar en el escenario educativo si consideramos que cada una de nuestras sesiones de formación se pueden considerar como una marca, y al estudiante como usuario- consumidor de la misma.

En engagement se da cuando el usuario nota y se queda con la marca (Dahlman, 2010); en este caso se entendería como cuando el estudiante se queda con el proceso de aprendizaje y lo prefiere sobre otros, lo que le va a llevar a generar una serie de comportamientos, actitudes y acciones que van a dar cuenta de ese gusto por el proceso y el engagement con el mismo, que en términos prácticos se convierte en aproximación a lecturas, realización de actividades y tareas, entre otras.

De allí surge entonces otra pregunta y es ¿cómo hago para que a mi estudiante “le guste” mi proceso de enseñanza, reflejado el gusto en la participación en las actividades, la búsqueda de información adicional, entre otros procesos relacionados con el mismo?

Se puede pensar que en tanto se creen experiencias que generen una “actitud positiva”, impacten de forma emocionalmente positiva al estudiante; mayor aproximación tendrá el mismo al proceso de aprendizaje. Y en este caso entonces se puede recurrir a aquellos elementos que en sí mismo proveen estos elementos.

Las apps y los smartphones como estrategia educativa más que como elemento distractor

Si se parte de lo anterior, es relativamente fácil reconocer que el estudiante de la nueva generación siente gusto con las apps, el uso de teléfonos inteligentes, juegos y experiencias interactivas, muy distantes a la dinámica de enseñanza tradicional unilateral y directiva.

Las nuevas tendencias educativas y la formación por competencias llevan a pensar en el constructivismo como una teoría que pretende generar aprendizajes significativos en el estudiante; es decir que sale de la esfera de la memoria y la repetición para generar procesos efectivos de construcción de significados y conceptos en el estudiante de modo que no sólo repita la definición de los mismos, sino que pueda aplicarlos funcionalmente a eventos reales (Barriga & Hernández, 2010).

Hacer uso de elementos cotidianos como los smartphones, y seleccionar herramientas que los estudiantes utilizan habitualmente como las apps, nos permite entrar en un terreno familiar y cotidiano para ellos, que nos otorga algunas ventajas como: a) que son escenarios comunes y familiares para los estudiantes, b) que son elementos utilizados con regularidad por ellos y en ese sentido no tendremos que luchar por llamar su atención hacia los mismos y c) que podemos hacer una aplicación real de conceptos a experiencias vividas día a día. Por supuesto, no todas las apps y herramientas 2,0 son idóneas para estos procesos, pero es tarea del docente que desee incursionar en esta línea involucrarse también con las nuevas tecnologías y evaluar la idoneidad y potencialidades de las mismas.

Cuando el enemigo se convirtió en aliado: una experiencia en clase

Con base en las preguntas formuladas, se empezó con el proceso de preparación de la clase “Procesos psicológicos básicos” en primer periodo de 2017, para estudiantes del programa de Psicología de UNIMINUTO Virtual y a Distancia en la sede calle 80. La asignatura aborda las temáticas de sensación, percepción, atención, emoción, memoria y motivación; por lo que se inició con la búsqueda de estrategias que lejos de apartar los smartphones del aula, se integraran a los procesos formativos.

Se formularon dos estrategias

1) Reforzar los procesos de búsqueda de información desde los teléfonos inteligentes durante la sesión de tutoría (teniendo en cuenta que a pesar de dejar el material en el aula, la capacidad de retención de información podría no ser tan buena).

2) Utilizar apps para fortalecer la aplicación práctica en los temas de percepción y atención.

La búsqueda en el aula

La primera estrategia consistió en realizar preguntas al inicio de cada sesión y permitir a los estudiantes buscar desde sus teléfonos móviles información complementaria sobre la temática trabajada, o como respuesta a la pregunta realizada. Esto permitía a los estudiantes, por una parte, recordar las lecturas realizadas a partir de nuevas búsquedas; y al docente generar guías frente a las fuentes de información consultadas, a la vez que se aclaraban inquietudes y dudas conceptuales.

Los resultados de esta fase permitían mayor integración y participación de los estudiantes en el aula, de cara a los contenidos y a inquietudes con respecto al uso cotidiano de los mismos. A mayor participación y mayores inquietudes, se generó la expectativa suficiente para pasar a la segunda fase.

El uso de apps y la aplicación práctica de los conceptos en percepción y atención.

Cuando se trató el tema de percepción y leyes de la escuela de la Gestalt, se inició con el análisis de la aplicación de las mismas en escenarios como publicidad, con ayuda del video “Leyes de Percepción (Gestalt) : Publicidad” compartido por Palafox (2013). Una vez revisado el material de consulta y el video, se empezó a trabajar ya no sobre las marcas y las imágenes corporativas, sino acerca del personal branding (Shepperd, 2005; citado por Heikkuerhein, 2016) y la imagen que cada uno de ellos quería proyectar.

El desafío consistía entonces en lograr un cambio de imagen, ligado al personal branding, con apoyo de blogs de moda y la app You Cam Make Up, disponible para descarga gratuita para sistemas Android e IOS.



Figura 2. Imagen de app

La app You Cam Make Up

es una aplicación de edición fotográfica que nos permitirá aplicar diferentes efectos sobre nuestras fotografías, para que parezca que tenemos maquillajes de todo tipo. Incluso podremos 'probarlos' decenas de pelucas diferentes, y amoldarlas al contorno de la cabeza con total libertad... nos permitirá tanto hacer una fotografía desde la propia aplicación, como importar una que tengamos en la memoria del terminal. Hagamos lo que hagamos, no tendremos más que guardarla o publicarla a través de otra aplicación en cuanto terminemos. (López, s.f., párrs. 1 y 3)

El principal objetivo era que haciendo uso de la app y la lectura de blogs, pudieran modificar su imagen y a partir de ello explicaran cuáles habían sido las estrategias utilizadas ligadas a conceptos de leyes de la percepción.

Frente al proceso de atención, se solicitó a los estudiantes descargar la app Neuronation (Neuronation.com, s.f.), también disponible para descarga gratuita en Smartphone y PC, que plantea una serie de actividades para mejorar memoria, atención, razonamiento numérico, entre otras.

Específicamente se hizo uso de las actividades “salto cuántico” que refuerza la atención selectiva, y “hallacaminos” que permite trabajar atención viso- espacial y memoria. El objetivo de la actividad era, por una parte, que los estudiantes la utilizaran para mejorar sus procesos atencionales y como entrenamiento; y por otra parte, que explicaran si habían fallado, cuáles eran los factores que les habían llevado a ello, con base en la teoría y los materiales consultados en el proceso de formación.

Resultados

A partir de la experiencia con las apps, se lograron diferentes resultados en la mayoría de actividades propuestas, tanto a nivel de apropiación conceptual como a nivel de formación en competencias,

Una de las competencias a reforzar era el trabajo en equipo, teniendo en cuenta que dentro de los procesos de formación y dentro de las competencias del psicólogo, el trabajar con otros se convierte en un elemento indispensable que permite enriquecer los análisis y las posibilidades de acción. En ese sentido se observó que en la mayoría de equipos se dieron procesos de comunicación constantes, a través principalmente de redes sociales como Facebook y Whatsapp, lo que concuerda con los resultados de la investigación realizada por Henriques, Organista, & Lavigne, (2013), frente a los usos que dan los estudiantes en términos académicos y de concertación de tareas y compromisos.

Por otra parte se evidenció que frente a la apropiación conceptual, la mayoría de los estudiantes lograban aterrizar las leyes a los procesos realizados en explicaciones como

“... es posible observar que en el antes F... con la camisa blanca al igual que la pared, aplicaría la *Ley de la Continuidad*, ya que no hay diferenciación clara de colores y esto hace que en su parte abdominal se vea más robusta”. (ejemplo análisis de actividad).

“Con los colores utilizados en su ropa aplica la Ley de Contraste, debido a las diferencias de color, hay un reconocimiento y separación entre la figura y el fondo.” (ejemplo de análisis de actividad)

Frente a la evaluación de si la actividad generaba o no engagement, se tomó como indicador el tiempo tomado para el desarrollo de la actividad, las interacciones entre el equipo y del equipo de trabajo con el tutor, y la entrega final; encontrándose que una gran proporción de los estudiantes trabajaron en promedio 5 días para el desarrollo de la actividad de forma constante; las interacciones con el tutor se daban en el escenario de la tutoría presencial aunque en ocasiones se generaban preguntas al aula. Y al final, el desempeño promedio de los estudiantes con respecto a lo solicitado arrojó un buen resultado en cuanto a ejecución y apropiación conceptual.

En la actividad con la aplicación Neuronation, especialmente con los ejercicios “salto cuántico” y “halla caminos” se encontró que los estudiantes identificaban de forma adecuada los elementos que les permitían tener un mejor o peor desempeño con respecto a los ejercicios. Se hizo uso de conceptos como “fatiga” como factores que dificultaban la “atención sostenida” y la “atención selectiva”, entre otras.

En general se observó buena disposición de los estudiantes para participar en estas actividades, a la vez que se evidenciaba una apropiación conceptual más fuerte a la hora de analizar las experiencias vividas a través del uso de las apps. Y como elemento añadido se observó que aún después de finalizados los ejercicios y las actividades, los cambios de imagen personal, y el entrenamiento con la app *neuronation* fueron incorporados por los estudiantes en su quehacer cotidiano, lo que da cuenta de un aprendizaje duradero y significativo tanto para sus procesos de formación profesional, como para su desarrollo individual.

Las imágenes no fueron incluidas dentro del presente escrito dado que no se cuenta aún con la autorización de los estudiantes para su publicación.

Referencias

- Balda, M. (2015). *Valencia emocional y memorias falsas: El efecto de la valencia emocional en la certidumbre de recuerdo de las memorias falsas*. Obtenido de file:///C:/Users/ASUS/Documents/2017/Virtualeduca/ARticles/T36861.pdf
- Barriga, F., & Hernández, G. (2010). *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista* (Tercera ed.). México: Mc Graw Hill.
- Collegedegrees.com. (2011). *Negative Effects of Smartphones in the Classroom*. Obtenido de <http://www.collegedegrees.com/blog/2011/01/28/negative-effects-of-smartphones-in-the-classroom/>
- Dahlman, C. (2010). *Love Branding* (Segunda ed.). Caroline Dahlman.
- Ekman, P., & Oster, H. (1979). Facial expressions of emotion. *Annual Review of Psychology*(30), 527-554. Obtenido de <https://www.paulekman.com/wp-content/uploads/2013/07/Facial-Expressions-On-Emotion.pdf>
- Heikkuerhein. (9 de Mayo de 2016). *Personal branding practices of adolescents on Instagram* (Thesis). Obtenido de https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/124390/kandidaatintutkielma_heikkurinen_anna.pdf?sequence=2
- Henriques, P., Organista, J., & Lavigne, G. (Septiembre- Diciembre de 2013). Nuevos procesos de interactividad e interacción social: Uso de smartphones por

estudiantes y docentes universitarios. *Actualidades INvestigativas en Educación*, 13(3), 1- 21. Obtenido de <http://www.scielo.sa.cr/pdf/aie/v13n3/a12v13n3.pdf>

Henríquez Ritchie, P., Organista Sandoval, J., & Lavigne, G. (2013). Nuevos procesos de interactividad e interacción social: uso de smartphones por estudiantes y docentes universitarios. *Actualidades Investigativas en Educación*, 13(3). Obtenido de http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-47032013000300012&lng=en&tlng=es.

López, A. (s.f.). *You Cam Make Up*. Obtenido de Up to Down: <http://youcam-makeup.uptodown.com/android>

Neuronation.com. (s.f.). *Neuronation.com*. Obtenido de <https://www.neuronation.com/>

Onrubia, J. (15 de Julio de 2016). Aprender y enseñar en entornos virtuales: actividad conjunta, ayuda pedagógica y construcción del conocimiento. *Revista de Educación a Distancia*(50). doi: <http://dx.doi.org/10.6018/red/50/3>

Palafox, J. R. (26 de Agosto de 2013). *Leyes de Percepción (Gestai) : Publicidad*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=JrfajRJZGw>

Pérez, G. (s.f.). La Web 2.0 y la sociedad de la información. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmcps/v56n212/v56n212a4.pdf>

Psicoactiva. (s.f.). ¿Qué son las emociones? Obtenido de <https://www.psicoactiva.com/blog/que-son-las-emociones/>

Reeve, J. M. (2003). *Motivación y Emoción* (Tercera ed.). (V. Campos Olgún, Trad.) México : Mc Graw Hill.

Robalino, M. (Julio de 2005). ¿Actor o protagonista? Dilemas y responsabilidades sociales de la profesión docente. *Prelac*, 6- 23. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001446/144666s.pdf>