

¿Qué es la transformación digital?



Margarita González del Hierro

Responsable de Formación en Genial.ly

En los últimos años, hemos trasladado parte de nuestra manera de trabajar y comunicarnos de lo analógico a lo digital. Pensemos, por ejemplo, en las cartas; hoy apenas enviamos cartas de forma habitual, pero, en su lugar, a diario mandamos varios emails. Los últimos meses han acelerado aún más esta situación para lograr una adaptación y dar un giro de gran envergadura que cubra las necesidades reales del día a día de empresas, freelances, etc.; al fin y al cabo, de todas y todos los profesionales y sus clientes. El concepto de transformación digital ha formado parte del mundo empresarial desde hace mucho tiempo, pero ahora va a ir también ligado a otras áreas de la vida, y entre ellas, sin duda, está la educación.

Esta conversión ha dado lugar a un proceso de digitalización en el que, gracias a la tecnología, surgen nuevos modelos organizativos y formativos, creando oportunidades impensables hace unos años. En este punto es donde ocurre la transformación digital, que es la consecuencia de esta situación. Así, podemos definir la transformación digital como un cambio social y económico, consecuencia del uso de tecnologías digitales. Podemos, incluso, hablar de un avance hacia la mejora continua de un proceso en particular mediante el uso de la tecnología. Y quizá os preguntéis, ¿por qué deberíamos transformar la manera de formar o de relacionarnos con nuestro alumnado?

La transformación digital es tan relevante en la actualidad que, tal y como muestra uno de los últimos informes de la consultora estratégica global McKinsey, la práctica totalidad de las empresas, ya sean startups o negocios más tradicionales, se encuentran en un momento de adaptación y búsqueda de modelos de negocio con mayor presencia digital. ¿Por qué lo están haciendo? ¿Por qué cambiar la manera de comunicar y relacionarnos también en la Universidad? Estamos ante el alumnado más digitalizado de toda la historia del sistema educativo. Hay que estar preparados para este escenario, lo que va a requerir que el sector educativo sea más ágil que nunca.

Si queremos comunicarnos con nuestro alumnado y acompañarlo durante el proceso global de aprendizaje, los contenidos y la estrategia de formación son clave para el éxito. Debemos entender perfectamente el viaje del alumno, en qué momento se encuentra y lo que le debemos ofrecer en cada momento. Cada contenido formativo que creemos debe tener una intención y nutrir al alumno para que cada vez se acerque más al dominio de la materia.

En este sentido, considerar al/la alumno/a en el centro y entender el modo en que se comunican las nuevas generaciones es de gran relevancia. Emplean redes sociales, como Instagram o TikTok para comunicarse, están habituadas a contenidos eminentemente visuales y altamente efímeros. Por ello, la manera de educar a esta población pasa por la creación de nuevas vías de comunicación entre alumnado y profesorado que se amolden a esta nueva realidad, haciendo que el alumnado sea parte de la comunicación, logrando un aprendizaje significativo en cualquier entorno, ya sea presencial o virtual.

Este proceso comienza con un cambio en nuestra forma de comunicar. ¿Y qué significa esto? Pues significa dar el salto a una comunicación visual interactiva, una estrategia con la que podemos llegar a cautivar a nuestra audiencia.

1. Comunica mediante historias

Las personas somos seres narrativos y buscamos patrones. Es decir, ante el caos, tendemos a darle orden mediante el uso de las historias y estamos predispuestos al consumo de esas historias. La clave de que las historias nos gusten tanto no es otra que la emoción que nos provocan esas narrativas.

La neurociencia nos da dos datos interesantes al respecto. Por un lado, nos dice que cuando escuchamos una historia, nuestro cerebro se enciende como un árbol de Navidad. Sin embargo, si escuchamos solo datos, se estimula solo una pequeña parte del córtex cerebral. Es decir, podemos oír datos, pero, verdaderamente, solo podemos sentir las historias. Además, nos dice que el 95% de nuestras emociones y nuestro aprendizaje ocurren antes incluso de que seamos conscientes de ello. Curioso, ¿verdad?

Entonces, ¿por qué seguimos centrando todo nuestro esfuerzo en esos mensajes racionales que solo nos afectan un 5%? ¿Por qué seguimos dando datos y cifras que no solo no emocionan, sino que aburren? El cerebro necesita emocionarse para aprender, para adquirir información novedosa, para recordar. Por eso, es hora de decirle adiós a las historias aburridas y poner en práctica otra manera de comunicar aplicando el storytelling.

2. Da un enfoque positivo

¿Sabíais que la diversión, las experiencias positivas en general, aumentan el grado de memorabilidad? Esto es así, en parte, gracias a la dopamina. Todo lo que provoca placer, la belleza, la diversión, la comida... todo ello libera dopamina en nuestro cerebro. Fijaos si es importante para nosotros, que sin ella no sentiríamos ni curiosidad ni motivación. Esto significa que tendemos a memorizar más lo positivo y a olvidar lo que es más negativo para nosotros. Por eso, nuestro consejo es que mostréis el lado divertido y positivo para conseguir que el mensaje sea más significativo.

3. Lo visual es clave

Cuando tengáis vuestra narrativa lista con un enfoque positivo, llega el momento de comunicarla. Tened en cuenta que el 80% de la información que procesamos nos llega a través de la vista. Nuestro cerebro está preparado, desde un punto de vista biológico, para procesar contenidos visuales.

El lenguaje visual es el único lenguaje, además de la música, que es transversal. Todo el mundo es capaz de llegar a comprender una imagen icónica. Por ello, es algo fundamental para tener en cuenta a la hora de comunicar. Saquemos partido a nuestra naturaleza humana añadiendo a nuestras historias recursos visuales para lograr un mayor impacto.

Si, además, estos recursos son animados, daremos un valor añadido a todo lo que creemos. La animación nos ayudará a hacer que nuestros contenidos se recuerden hasta un 42% más. Son perfectos para jerarquizar las ideas y ayudar a que nuestro público se centre en los conceptos realmente importantes y pueda recordarlos.

4. Interactúa

Sin embargo, incluso cuando un contenido es visual, puede llegar un momento en que pase desapercibido, en que se una a la saturación de contenidos actual. Planteaos, por ejemplo, ¿qué soléis hacer mientras estáis viendo una serie o un programa relajadamente en la televisión o en el pc? ¿Cuántas veces estáis, a la vez, con el móvil en la mano? Esto sucede porque nos encanta ser parte de la comunicación. Por eso, tenemos que conseguir que nuestra audiencia pase de estar mirando a estar actuando. ¿Cómo? Creando contenidos digitales interactivos con los que la audiencia se relacione de una forma totalmente viva. Es decir, que pueda tocar, interaccionar, jugar con la información; que sea un reto o arroje respuestas, en definitiva, que ese contenido esté vivo. ¿Por qué? Porque de esa manera la interactividad ayudará a que nuestro contenido sea memorable, motivante y facilite el recuerdo. El aprendizaje interactivo es una estrategia que, aplicada en nuestras sesiones formativas, nos permite generar estructuras multidireccionales creativas e innovadoras en las que fluyen las conexiones entre ideas.

Nuevas tecnologías y transformación digital

Cuando llevamos la docencia al mundo online, es un error pensar que el proceso consiste en trasladar las mismas acciones, la misma tendencia de clase magistral, solo que añadiendo un dispositivo de por medio. Las nuevas tecnologías en la docencia deben acompañarse de un giro en nuestra forma de pensar y, por supuesto, de un esfuerzo por adquirir o mejorar competencias digitales en el alumnado y, por supuesto, también en el profesorado.

Debemos tener presente que capacitar de forma digital implica no solo trasladar materiales tangibles a lo digital sino ir más allá y aprovechar la potencialidad de las herramientas para enriquecer los contenidos y hacerlos más motivadores. Las herramientas digitales nos permiten organizar nuestros contenidos de un modo mucho más eficaz a la vez que enriquecemos y mejoramos los recursos que ya hemos creado con anterioridad.

Al transformar digitalmente nuestra labor, gracias a las nuevas tecnologías, podemos aunar plataformas y recursos y distribuir la información de un modo fácilmente asimilable e inmersivo, de un modo interactivo. Y es que la interactividad es la clave del futuro comunicativo. Estos cambios nos permitirán crear lecciones con mayor carga práctica y dinamismo, empoderando al alumnado al dotarlo de herramientas para ser autocríticos y también críticos con los contenidos. Estaremos más cerca de conseguir capacitados digitales, más allá de nativos digitales.

Para lograr estas metas, es necesario que seleccionemos aquellas herramientas o soluciones tecnológicas que nos otorguen versatilidad y soluciones para nuestras necesidades comunicativas y formativas diarias, en un único lugar. La tecnología debe estar, ante todo, a nuestro servicio, facilitando nuestra labor en cualquier escenario: online, en modalidad semipresencial o mixta. Debe ser un punto de conexión ágil con las nuevas metodologías educativas.

En este sentido, podemos encontrar tecnologías como Genially, que se presentan como herramientas clave para ayudar al profesorado a generar contenidos con gran rigor a la par que atractivos y entretenidos, como infografías o presentaciones interactivas. En este sentido, y sobre todo para la educación a distancia u online, Genially, al favorecer el desarrollo de nuevas metodologías y técnicas de aprendizaje como la gamificación, potencian la atención del alumnado durante toda la sesión formativa. Además, nos permiten innovar y potenciar la comunicación visual a la que nuestro alumnado responde de forma natural, mejorando así la retención de la información, logrando un aprendizaje significativo.

En definitiva, no se trata solo del uso de tecnología sin más, sino de la implantación de soluciones tecnológicas que vayan de la mano de un giro en nuestra forma de comunicarnos, una manera más efectiva de transmitir la información al alumnado, con la ayuda de las nuevas metodologías mientras abrimos nuevas vías que recorrer. De este modo, podemos transmitir nuestros mensajes eficazmente, y podemos romper esa primera barrera de la atención para lograr que lo que transmitimos sea mucho más memorable. Con estos tips, conseguiremos una comunicación visual interactiva que nos ayudará en nuestro camino hacia la transformación digital.