

OCHO PRINCIPIOS COGNITIVOS PARA APLICAR A TUS VIDEOS EDUCATIVOS

Por: Guadalupe Marcial

¿Para quién hacemos videos? Si bien la respuesta lógica puede ser “para nuestros estudiantes”, en realidad la respuesta que buscamos es más profunda, ya que esos estudiantes tienen una identidad y un gran acervo tecnológico que los acompaña: son los nuevos nativos digitales, *millenials*, personas provenientes de una generación en la que crecieron con las TIC (tecnologías de información y comunicación) y la aplican en su vida diaria.

Hoy en día, muchos de estos *millenials* utilizan el famoso YouTube como medio de entretenimiento, información, comunicación y autoaprendizaje; tan es así que, de acuerdo con una investigación, “México ocupa el tercer lugar a nivel mundial en consumo de video en YouTube, y el perfil del consumidor es principalmente de personas entre 18 y 34 años de edad” (El Economista, 2015).

Sin duda, podemos darnos cuenta que es un excelente momento para utilizar videos en los ambientes educativos, siendo este ya una tendencia educativa.

Aunque el video tiene muchas propiedades y es multifacético, es claro que competimos con otro “tipo de videos” que han captado la atención de nuestros jóvenes. Por lo tanto, el reto es mayor pues hay que atraer la atención de estos usuarios. ¿Qué podemos hacer ante esto? Mi respuesta es simple: recurrir a los métodos sencillos y didácticos.

Pero... ¿acaso no lo hacemos ya? Muchas veces caemos en el supuesto de que por crear un video con contenido educativo, instantáneamente se vuelve didáctico, y la realidad es más que eso: un video educativo no es la suma mágica de los múltiples recursos que se pueden agregar (imagen, texto, gráficos, música, etc.), sino el resultado de un todo, una integración de sus elementos y la congruencia que hay en estos. Por ello, esta es una invitación para comenzar a ver el video educativo como una herramienta holística.

¿Habías escuchado hablar de la arquitectura cognitiva humana? Esta se refiere a cómo se encuentra estructurado nuestro cerebro y cómo procesa la información. Los seres humanos tenemos dos canales independientes que nos sirven para procesar contenido (verbal y visual). Cuando se presentan demasiados elementos a la memoria de trabajo, puede sobrepasarse su capacidad de procesamiento y asimilación, lo cual terminaría saturando a la persona e impidiéndole procesar la información. A esto se le conoce como “carga cognitiva” (Mayer, 2005).

Para evitar una sobrecarga cognitiva en tus videos, a continuación te sugerimos algunos principios a tomar en cuenta:

1. Principio de atención dividida

Facilita la interpretación de tus gráficas, imágenes descriptivas, etc. Sí colocas una imagen y esta necesita datos para ser entendida, colócalos dentro de la misma y no lejos. Para ello, presenta tu gráfico en un solo objeto; esto evitará sobrecargar la memoria viso-espacial de la persona al tratar de integrar la información (buscándola y relacionándola).

2. Principio de modalidad

Debido a que la información auditiva y visual se procesa de manera independiente, es importante cuidar que ambos canales se equilibren. Por ejemplo, en lugar de emplear personas en primer plano todo el tiempo, integra o alterna imágenes que refuercen la narración; además, esto lo hará menos tedioso y complicado de procesar.

3. Principio de redundancia

¿Ya habías escuchado la expresión “menos es más”? Muy bien, aquí es cuando aplica. Si tu audio, imagen o texto hablan sobre el mismo concepto o punto, opta por decidir cuál de ellos es más valioso emplear; evalúa las diferentes fuentes de información y elimina la menos efectiva.

Toma en cuenta que presentar la misma información dos veces requiere que la persona la procese el mismo número de veces, lo cual consume innecesariamente recursos de su memoria.

4. Principio de coherencia

Es un poco parecido al principio de redundancia. En este se recomienda descartar los elementos no indispensables. Si eliminas ese tipo de recursos y la idea a transmitir sigue entendiéndose, realmente no los necesitas. Recuerda que buscamos la efectividad del video y no solo que luzca bonito.

5. Principio de segmentación

Es mejor presentar información por partes y a un ritmo suficiente, para que la persona tenga el tiempo necesario para asimilar y acomodar la nueva información y no sentirse apresurada.

6. Principio de entrenamiento previo

Recuerda, se aprende con mayor profundidad cuando se ofrece una previa introducción y se definen los conceptos o temas a tratar desde un inicio. Por ello es recomendable adentrar al receptor en el tema.

7. Principio de señalamiento

Consiste en destacar la organización del material esencial, ofreciendo palabras o imágenes clave. Así mismo, pueden emplearse recursos tipográficos (cursivas, negritas, subrayado), color o sonido, de manera espontánea y creativa para distinguir lo principal de lo secundario.

8. Principio de personalización

¿Te has preguntado por qué los “YouTubers” tienen tanta popularidad? Además de que el tema que tratan es totalmente diferente, la realidad es que ocupan un lenguaje sencillo; la práctica nos dice que aprendemos mejor cuando el lenguaje utilizado es un poco más informal. Es por ello que este principio va de la mano con el diagnóstico previo de la audiencia a la que te dirigirás.

En conclusión, al emplear videos como medios didácticos, nuestro deber es facilitar el aprendizaje de nuestros alumnos aumentando la información útil en los videos, para permitirles construir sus esquemas mentales de una manera sencilla y efectiva.

Referencias:

- Andrade, L. (2012). Teoría de la carga cognitiva, diseño multimedia y aprendizaje: un estado del arte Magis. Revista Internacional de Investigación en Educación. Volumen 5, núm. 10.
- Bermúdez, D. (2015). México, tercer lugar en consumo de video en YouTube. Periódico digital El Economista.
- Latapie, I. (2006). Acercamiento al aprendizaje multimedia. Investigación universitaria multidisciplinaria Ciencias sociales y humanidades. Volumen 3, número 6.
- Low, R y Sweller, J. (2005). The modality principle multimedia learning. En Mayer, R. The Cambridge handbook of multimedia learning (pp. 117-133). Cambridge, Inglaterra: Cambridge University press.
- Mayer, R. E. (2005a). Cognitive theory of multimedia learning. In R.E. Mayer (Ed.), The Cambridge Handbook of Multimedia Learning. New York: Cambridge University Press.