



Los fundamentos del diseño e-learning motivacional

Cuando pensamos en la palabra, la motivación, instantáneamente se nos ocurren dos cosas. Primero, cuando somos jóvenes, muchas cosas externas nos motivan, el deseo de hacer algo, la realidad del castigo de nuestros padres, el refuerzo positivo y negativo de lo que estamos haciendo, etc. Todas estas cosas ayudan a motivar a los niños, y en general, en algunos casos, tiene un efecto positivo, y en otros, no lo tiene. Cuanto más proactiva es la motivación, más positiva es la respuesta a esa motivación, más reaccionaria es la motivación, más negativa es la respuesta. La segunda imagen que me viene a la mente es una reacción aprendida a algo. Como Pavlov y sus perros, que salivarían cuando tocaba el timbre, la motivación puede ser a veces subconsciente.

Sin embargo, hay muchas más cosas que impulsan la motivación en los seres humanos, y en el ámbito del aprendizaje, hay algunas piezas críticas del rompecabezas que deben desarrollarse para que los alumnos sientan el valor de lo que están aprendiendo y cómo lo harán. beneficiarlos Las recompensas de su éxito deben considerarse desde una variedad de fuentes y satisfacerlas en una variedad de niveles, y como diseñadores instruccionales de programas de aprendizaje electrónico no solo debemos entender estos factores, sino también ser expertos en utilizarlos en los cursos que diseñamos. .

En 1984, John Keller publicó su ahora seminal trabajo sobre motivación y aprendizaje denominado Modelo de Diseño Motivacional de ARCS. Él postuló que hay cuatro factores críticos que se traducen como motivación para aprender.

1) Atención

Hay dos realidades sobre el factor de atención de la motivación de aprendizaje. Primero, hay que ganar atención. Los incentivos y las recompensas son a menudo la fuerza detrás de este factor, y el alumno ve el valor de participar en lo que se presenta. Sin embargo, la clave no es que la atención del alumno haya sido captada, sino que la motivación para aprender mantiene la atención del alumno para que él o ella complete el proceso de aprendizaje hasta el punto de éxito. En última instancia, esto significa que lo que se promete debe ser entregado.

En un mundo donde los medios electrónicos son la colcha más alta jamás conocida por el hombre y en una época en la que tenemos más poder de computación en nuestros teléfonos celulares que en las misiones del Apolo 13, no debemos pretender que los estudiantes en un entorno electrónico estén esperando nada. Menos que la excelencia en nuestro diseño y entrega de información. El alumno del siglo XXI exige actividades que hablen sobre la percepción y la indagación y debe tener suficiente variabilidad para que siga siendo convincente. Sin estas cosas, las tasas de deserción aumentarán.

2) Relevancia

¿Cuántas veces hemos pensado para nosotros mismos, “cuándo usaremos esta información?” El mayor insulto para cualquier alumno es cuando el material es irrelevante para su éxito más allá del propio entorno de aprendizaje. Los estudiantes a menudo son muy escépticos acerca de lo que se les obliga a aprender, y en muchos casos, el factor motivador ha sido el miedo al fracaso, y esto exacerba la frustración del contenido de aprendizaje que es irrelevante. El enfoque debe ser siempre hacer coincidir el aprendizaje con las metas y expectativas del alumno; no se debe asumir que el alumno justificaría el aprendizaje y encontraría un lugar para él en su matriz de objetivos si él o ella creen que el aprendizaje es irrelevante.

Por lo tanto, el encargado del diseñador de e-learning es

asegurarse de que los objetivos del curso que se está escribiendo coincidan con las necesidades de los alumnos que tomarán el curso. Esta simple regla a menudo se rompe porque el análisis de las necesidades del alumno o incluso del propio alumno no se considera en profundidad y la relevancia se convierte en un problema que crea un fracaso para el alumno y el diseñador. Sin un análisis de las necesidades y del alumno, es inútil diseñar cursos.

3) Confianza

Sus empleados deben ser apoyados para tener la confianza para aprender con éxito. Este soporte se llama andamiaje, y es la clave para que el alumno sienta que puede lograr algo de importancia. En el mundo corporativo, muchas organizaciones patrocinan diferentes niveles de actividades de formación de equipos que sirven para crear la camaradería y las fuerzas de colaboración de los equipos al obligarlos a andar, confiar y motivarse mutuamente para lograr hazañas audaces de fuerza y coraje. Los miembros del equipo que están preocupados o temerosos, reciben poder a través de su equipo, y pueden lograr estas hazañas atrevidas que nunca habrían intentado y mucho menos lograr.

Aprender es lo mismo. El alumno debe sentir el apoyo de una red de apoyos y sistemas de apoyo de tipo celosía para que su motivación no se pierda en la frustración y el miedo a fallar. Esto incluye elementos de diseño que refuerzan el crecimiento positivo y avances hacia la meta a medida que el alumno progresa. El aprendizaje siempre debe proporcionar oportunidades para el desafío y el éxito que hacen que el alumno siga avanzando, y comentarios para que el alumno sepa lo que está haciendo bien o mal.

¿Cómo se puede crear una expectativa positiva?