

- Sociedad Española de Diabetes (SED): <http://www.sediabetes.org/>.
- redGDPS: <http://www.redgdps.org/>.

Agregar búsquedas de preguntas de los distintos buscadores en RSS (alertas de búsquedas)

Existen diferentes tutoriales para agregar a RSS las búsquedas de preguntas realizadas en PubMed, Embase, Trip Database u Ovid Medline.

Medscape (www.medscape.com/)

Es una web médica de variado contenido organizado en distintas especialidades financiada por diferentes inversores y con sede en Nueva York. Algunas de las características clave de Medscape de WebMD son:

- Contenido médico profesional original, incluyendo artículos de revisión, comentarios de revistas, columnas de expertos, artículos de educación al paciente y reseñas de libros.
- Cobertura de conferencias: líderes de opinión resumen los principales datos y presentaciones de importantes reuniones médicas.
- Un boletín médico semanal de libre suscripción gratuita.
- Información sobre la práctica médica, negocios financieros, etc.

Alertas bibliográficas

Amedeo (<http://www.amedeo.com/>)

Dispone de recursos de información en todas las especialidades médicas gratuitos. Entre sus ofertas incluyen correos

electrónicos semanales con listas bibliográficas sobre nuevas publicaciones científicas y páginas web personales para la descarga de una sola vez de los resúmenes disponibles. Existe la posibilidad de personalizarse la alerta por especialidad médica eligiendo de la mayoría de revistas de mayor impacto en dicha especialidad y con una periodicidad semanal o más temprana.

Twitter y Facebook

Hoy en día no solo cuenta el contenido, sino también la manera de hacerlo «continente» y la conversación o contenido social. En este medio Twitter tiene un agregador de tuits (<https://tweetdeck.twitter.com/>) que cumple la función de RSS en el mundo de Twitter. En las redes sociales de Facebook y Twitter, las sociedades científicas y los profesionales de la salud son los que menos participan y menos seguidores tienen en el mundo de la diabetes. También cabe reseñar que la mayoría de páginas que se consultan son de dudosa fiabilidad. Gran campo para la mejora de los que trabajamos en el área sanitaria⁷.

CONCLUSIONES

- Cuando se dispone de poco tiempo y se plantean preguntas de manejo habitual en consulta, se puede utilizar UpToDate o DynaMed para responderlas.
- Para estar actualizados sobre las últimas publicaciones más interesantes, conviene suscribirse a alertas de EvidenceUpdates, y si se quiere ampliar en un campo concreto se pueden elegir más publicaciones en Amedeo.
- Para estar al día de una forma personalizada, podemos crearnos nuestra propia web con un agregador de RSS como Feedly o Netvibes con nuestras fuentes favoritas.
- Si dicha puesta al día contempla el contenido social y la conversación y no solo el contenido, se puede realizar entonces a través de Twitter con el agregador TweetDeck.

Nuevas formas de aprendizaje a través del juego competitivo: la educación competitiva

Luis Ávila Lachica

Consultorio de Almachar. Unidad de Gestión Clínica Vélez Norte. Málaga

La formación es un proceso continuo que en ocasiones puede generar cansancio por repetición de un mismo proceso. Cuando un alumno no tiene un interés especial en un tema concreto, obtener su atención y generarle interés

puede resultar complicado con los métodos tradicionales de lecciones magistrales, por lo que se hace necesario en estos casos desarrollar estrategias que atraigan la atención y sean capaces de introducir los conocimientos que nos interesen sin

que el alumno tenga que hacer un esfuerzo especial. Deberíamos en estos casos huir de la enseñanza dirigida, jerárquica y competitiva, introduciendo elementos que generen interés para el alumno.

En la medicina moderna, la velocidad de cambio de los conocimientos es enorme y requiere nuevas técnicas para que el profesional sea capaz de mantener la máxima calidad en la atención a los pacientes.

En los años treinta, la Food and Drug Administration aprobó una media de menos de dos moléculas al año, desde entonces la velocidad se ha ido acelerando hasta las actuales más de 30 al año, lo que supone más de dos moléculas al mes¹. Para el médico que terminase su formación en 1985, más de la mitad de los productos de relevancia o técnicas diagnósticas se han introducido tras completar su entrenamiento, y muchas de las terapias ampliamente utilizadas anteriormente se consideran inefectivas o incluso peligrosas.

Sin embargo, la formación médica continuada apenas ha cambiado en los últimos 40 años. La mayoría de los sistemas siguen utilizando el sistema de lectura o exposición pasiva, aunque tienen poca evidencia de que influyan sobre la salud de la población y, de hecho, la adherencia de los profesionales a las guías de práctica clínica continúa siendo, cuando menos, subóptima².

Los médicos que trabajan en grandes hospitales o en centros académicos tienen acceso a múltiples oportunidades formativas, en comparación con los médicos de Atención Primaria que trabajan en centros pequeños. El conocimiento de los profesionales sobre las recomendaciones de las guías de práctica clínica es muy bajo, y la adherencia a las guías, aún menor; por ejemplo, en un estudio en Atención Primaria en el que tratan de forma habitual a pacientes con enfermedad pulmonar obstructiva crónica, solo el 33 % de los profesionales conocía de forma adecuada los criterios diagnósticos³.

Tradicionalmente, los métodos educativos se han clasificado de la forma que se expone a continuación.

LOS MÉTODOS EN CUANTO A LA FORMA DE RAZONAMIENTO

Método deductivo

El profesor presenta conceptos, principios o definiciones o afirmaciones de las que se van extrayendo conclusiones y consecuencias.

Los métodos deductivos son los que tradicionalmente más se utilizan en la enseñanza. Sin embargo, no se debe olvidar que para el aprendizaje de estrategias cognitivas, creación o síntesis conceptual, son los menos adecuados.

El método deductivo es muy válido cuando los conceptos, definiciones, fórmulas o leyes y principios ya están muy asimilados por el alumno, pues a partir de ellos se generan las «deducciones».

Método inductivo

Cuando el asunto estudiado se presenta por medio de casos particulares, sugiriéndose que se descubra el principio general que los rige. Es el método, activo por excelencia, que ha dado lugar a la mayoría de descubrimientos científicos. Se basa en la experiencia, en la participación y en los hechos y posibilita en gran medida la generalización y un razonamiento globalizado.

Método analógico o comparativo

Cuando los datos particulares que se presentan permiten establecer comparaciones que llevan a una solución por semejanza, hemos procedido por analogía. Es, fundamentalmente, la forma de razonar de los más pequeños, sin olvidar su importancia en todas las edades.

El método científico necesita siempre de la analogía para razonar.

LOS MÉTODOS EN CUANTO A LA ORGANIZACIÓN DE LA MATERIA

Método basado en la lógica de la tradición o de la disciplina científica

Cuando los datos o los hechos se presentan en orden de antecedente y consecuente, obedeciendo a una estructuración de hechos que va desde lo menos a lo más complejo o desde el origen hasta la actualidad o siguiendo simplemente la costumbre de la ciencia o asignatura.

Método basado en la psicología del alumno

Cuando el orden seguido responde más bien a los intereses y experiencias del alumno. Se ciñe a la motivación del

momento y va de lo conocido por el alumno a lo desconocido por él.

LOS MÉTODOS EN CUANTO A SU RELACIÓN CON LA REALIDAD

Método simbólico o verbalístico

Cuando el lenguaje oral o escrito es casi el único medio de realización de la clase.

Método intuitivo

Cuando se intenta acercarse a la realidad inmediata del alumno lo más posible. Parte de actividades experimentales, o de sustitutos. El principio de intuición es su fundamento y no rechaza ninguna forma o actividad en la que predomine la actividad y experiencia real de los alumnos.

LOS MÉTODOS EN CUANTO A LAS ACTIVIDADES EXTERNAS DEL ALUMNO

Método pasivo

Cuando se acentúa la actividad del profesor y los alumnos permanecen en forma pasiva. Exposiciones, preguntas, dictados, etc.

Método activo

Cuando se cuenta con la participación del alumno y el mismo método y sus actividades son las que logran la motivación del alumno.

LOS MÉTODOS EN CUANTO A SISTEMATIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS

Método globalizado

Cuando, a partir de un centro de interés, las clases se desarrollan abarcando un grupo de áreas, asignaturas o temas de acuerdo con las necesidades. Lo importante no son las asignaturas, sino el tema que se trata. Cuando son varios los profesores que rotan o apoyan en su especialidad se denomina interdisciplinar.

Método especializado

Cuando las áreas, temas o asignaturas se tratan independientemente.

LOS MÉTODOS EN CUANTO A LA ACEPTACIÓN DE LO ENSEÑADO

Dogmático

Impone al alumno sin discusión lo que el profesor enseña, en la suposición de que eso es la verdad. Es aprender antes que comprender.

Heurístico o de descubrimiento (del griego εὐρίσκω: descubrir)

Antes comprender que fijar de memoria, antes descubrir que aceptar como verdad. El profesor presenta los elementos del aprendizaje para que el alumno descubra.

EDUCACIÓN COMPETITIVA

Hasta ahora hemos asistido a reuniones en las cuales la actividad educacional se reducía a un ponente haciendo una exposición, con resultados más bien pequeños, aunque similares a otros tipos de educación⁴. Deberíamos plantearnos nuevos métodos educativos que sean capaces de captar la atención de los asistentes a los que nos dirijamos ante la falta de eficacia de los discursos habituales.

Es común en las empresas utilizar el término «competitividad» para definir un proceso mediante el cual dicha empresa será competitiva en la medida que pueda «suministrar bienes y servicios igual o más eficaz y eficientemente que sus competidores». Pero la competitividad no se limita al mero hecho de competir, sino que va mucho más allá debido a que implica un proceso de mejora continua, de comparación de resultados (*benchmarking*) y de búsqueda permanente de la excelencia. La competitividad comienza por el individuo que se esfuerza todos los días por ser el mejor de la clase o el empleado más productivo. Asimismo, el concepto se extiende a la nación por constituir el agregado de los esfuerzos que hacen todos sus ciudadanos, los líderes políticos y las empresas por salir adelante, mejorar su entorno y colaborar con el desarrollo de la economía y la sociedad.

La educación competitiva se ha intentado en algunos lugares como Chile, entre centros educativos y exponiéndola

posteriormente de forma pública de tal forma que sirva de estímulo para mejorar a los demás centros; sin embargo, los resultados fueron contrarios por la falta de aceptación del método utilizado⁵.

Es frecuente en los entrenadores utilizar ejercicios competitivos que desarrollen tanto el físico como la estrategia para alcanzar mejores metas; sin embargo, este concepto educacional está lejos de nuestro objetivo.

Nosotros podríamos definir la educación competitiva como aquella educación que, utilizando la capacidad de enfrentamiento relativo, conduzca al estímulo necesario para fijar la atención y grabar conocimientos de forma inconsciente, y que mediante técnicas de mantenimiento de atención basadas tanto en la mejora personal como en la capacidad para no ser el último en nada, de una forma divertida, nos conduzca a la consecución de objetivos.

Estos juegos enmarcan a veces situaciones de un relativo enfrentamiento, cuyo objetivo no es la competición, sino favorecer la capacidad de resistencia frente a las presiones exteriores y la manipulación, y valorar la capacidad de respuesta a una situación tediosa como el estudio.

Una persona puede estar durante horas jugando con ejercicios de memorización como ocurre, por ejemplo, en el Trivial, mientras que sería incapaz de mantener la atención de igual forma en una sesión de estudio clásica. Bajo esta idea surge en las empresas el término *gamification* (o en espa-

ñol «gamificación»). Consiste en el uso de mecánicas de juego en un contexto de no juego (por ejemplo, un negocio) para conducir el comportamiento de los participantes (mediante la participación, la interacción, la adición o, incluso, la competición) hacia la consecución de un determinado objetivo de negocio. Bien desarrollada, una estrategia de *gamification* aprovecha los principios de recompensas e incentivos para fomentar la acción del cliente. Usando programas de fidelización, el reconocimiento y la competición, los usuarios no solo volverán a nuestro sitio, sino que consumirán, promoverán nuestra marca y sencillamente lo harán porque se están divirtiendo.

Este concepto aplicado a la formación pretende conseguir los mismos objetivos: atraer, fidelizar y divertir a la par que educar.

Académicamente, se trataría de un método clasificado como heurístico, activo, globalizado, intuitivo y deductivo. Pero no nos dejemos engañar, se trata de buscar un método divertido de fijación de conocimientos que permita favorecer las ganas del alumno por repetir la experiencia.

Un ejemplo de estas actividades será la que presentemos en las próximas jornadas de la redGDPS, en las que, de una manera divertida y mediante un juego de preguntas y respuestas al azar, intentemos de forma inadvertida para ellos mejorar el conocimiento de los asistentes mientras se divierten compitiendo contra ellos mismos.