

EDUCACIÓN Y TICS: ANÁLISIS DE LA INCORPORACIÓN DE LAS TICS EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA Y EL ROL DEL DOCENTE COMO FACILITADOR DEL CONOCIMIENTO

Lic. María Federica GUEVARA MARTÍNEZ
Prof. Adjunto Comercialización I
Lic. María Fernanda MARADONA
Prof. Adjunto de Elementos de Administración

Introducción

En el presente trabajo se hace un breve análisis de algunos conceptos relacionados con el estudio de la incorporación de las TIC (Tecnología de la Información y la Comunicación) en la enseñanza universitaria y el rol del docente como facilitador del conocimiento, considerando que se da en un contexto muy cambiante respecto de las características distintivas de los alumnos universitarios de hoy en día y el gran auge tecnológico alcanzado en los últimos años.

Como docentes universitarios, no podemos desatender esta realidad que nos llama a adaptarnos a estos jóvenes tan particulares, los Millenials. Considerando que su nivel y forma de aprendizaje es muy diferente al de décadas pasadas, el acceso a las tecnologías y a la comunicación hace que, entre otras cosas, nuestros alumnos busquen y necesiten herramientas actualizadas para enfrentar los nuevos desafíos de esta era digital que avanza a pasos agigantados.

Como docentes de la FCE-UNCuyo, pretendemos, a través de este trabajo hacer una retrospectiva a algunas acciones llevadas a cabo en nuestra Facultad que han permitido la implementación, entre otros aspectos, de las TIC.

CAPÍTULO I

Marco teórico

Para el desarrollo del presente trabajo se hará un breve análisis de algunos conceptos relacionados con la temática a estudiar como: las Tecnologías de la información y comunicación (TIC), la enseñanza universitaria y las características de nuestros estudiantes. Si bien su aplicación se realiza en todos los niveles educativos, este caso nos focalizaremos en el nivel universitario.

En el presente estudio comenzamos por analizar el concepto de las TIC y sus principales características.

Las áreas de la información y de la comunicación se han visto potenciadas gracias al desarrollo de la tecnología, creándose lo que se conoce bajo el nombre de TIC o tecnologías de la información y la comunicación, las cuales han revolucionado los procedimientos de transmisión de la información.

Asimismo, también han abierto un universo de posibilidades en el que la distancia ya no es una barrera para la comunicación y permite el desarrollo de actividades entre personas ubicadas en un espacio físico diferente.

1. ¿Qué son las TIC?

Las tecnologías de información y comunicación, mayormente conocidas como “TIC”, son aquellas cuya base se centra en los campos de la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones, para dar paso a la creación de nuevas formas de comunicación.

En otras palabras, se trata de un conjunto de herramientas o recursos de tipo tecnológico y comunicacional, que sirven para facilitar la emisión, acceso y tratamiento de la información mediante códigos variados que pueden corresponder a textos, imágenes, sonidos, entre otros.

Como es común en todo proceso de comunicación, existe la emisión de un mensaje, y en el caso de las TIC, este mensaje corresponde a datos e instrucciones enviadas de un usuario a otro por medio de un canal digital o hardware y definido por un código o software, en un contexto determinado por convenios internacionales.

2. Las redes y las TIC

Cuando se habla de las tecnologías de la información y la comunicación, se refiere a una nueva forma de procesamiento de la información, que involucra el desarrollo de redes y que permite un mayor y más fácil acceso a la misma, y en el que las tradicionales tecnologías de la comunicación (TC), esencialmente compuestas por la radio, la telefonía convencional y la televisión, se combinan con las tecnologías de la información (TI), las cuales se especializan en la digitalización de las tecnologías de registro de contenidos.

De tal manera, se puede oír a distancia o ver escenas que ocurren lejos del espacio físico en el que uno se encuentra, gracias al uso de la radio y la televisión, e incluso se puede trabajar y llevar a cabo actividades u operaciones de manera virtual y no presencial, como por ejemplo el comercio, con tan sólo estar conectados a la red.

3. Clasificación de las TIC

Está claro que existe un gran número de tecnologías que pueden integrar el concepto que se les ha atribuido a las TIC. Sin embargo, es posible realizar una clasificación de las mismas partiendo de dos puntos de vista diferentes, donde el primero contempla un enfoque tecnológico, mientras que el segundo se centra en lo que corresponde al mercado económico de bienes y servicios de información y comunicaciones.

a) *Clasificación según un enfoque tecnológico*

Equipos: se trata de recursos de tipo electrónico a los que se les atribuye la adquisición, almacenamiento, tratamiento y exposición de información, así como también la transmisión o comunicación de la misma.

Servicios: se refiere a prestaciones cuya base radica en el campo de la electrónica, y las cuales facilitan la adquisición, almacenamiento, tratamiento y exposición de información, al igual que la transmisión o comunicación de la misma.

Esta clasificación nos permite conocer las diferencias esenciales que existen entre un equipo electrónico y aquello que permite que el procesamiento y la transmisión de la información sean posibles.

Cabe destacar que, en la actualidad, es posible obtener distintos servicios de comunicación a través de un mismo equipo, como en el caso de los teléfonos celulares, los cuales nos permiten acceder a una gran cantidad de información por voz e internet, todo desde el mismo dispositivo, pero también es posible acceder a un mismo servicio a través del uso de equipos TIC diferentes, como en el caso del servicio de internet, que puede ser contactado desde una computadora o teléfono celular, por ejemplo.

Cabe aclarar que la clasificación antes expuesta no pretende definir cada TIC como un ente de carácter dual (equipo-servicio), sino que va mucho más allá.

b) *Clasificación según el mercado económico de bienes y servicios de información y comunicaciones*

Podemos mencionar los siguientes tipos de TIC:

Mercado de las telecomunicaciones: incluye lo que corresponde a las telefonías móvil y fija.

Mercado audiovisual: comprende la televisión y la radio.

Mercado de servicios informáticos: engloba a las computadoras personales, así como también a las redes de comunicaciones de datos (internet) y a los servidores de mensajería (correo electrónico o e-mail).

Ejemplos de TIC: tipos de TIC

- La televisión
- La radio
- El teléfono fijo y móvil
- Los reproductores MP3
- Las tarjetas de memoria
- Los discos versátiles digitales (DVD) portátiles
- Dispositivos de sistema de posicionamiento global (GPS)

No cabe duda que las computadoras han generado el mayor impacto, sobre todo por su ventaja de permitirnos acceder a una de las mayores invenciones en materia tecnológica, como lo es Internet, una red de comunicaciones de alcance global que ha facilitado en gran medida el acceso a información proporcionada por cualquier servidor a nivel mundial, favoreciendo además la interacción entre personas ubicadas en espacios físicos diferentes.

4. Características de las TIC

Cabero (1998) señala las siguientes características de la información de internet como aspectos centrales de las tecnologías de la información y la comunicación:¹

Inmaterialidad: llevan a cabo el proceso de creación de información esencialmente inmaterial, que puede trasladarse con transparencia y de forma instantánea a lugares distantes.

Interactividad: las TIC hacen posible el intercambio de información entre un usuario y una computadora, y es precisamente esa interacción la que permite adecuar los recursos utilizados a los requerimientos y características de dicho usuario.

Interconexión: tiene que ver con la creación de nuevas posibilidades, partiendo del enlace entre dos tecnologías. Un ejemplo de interconexión es la telemática, que resulta de la unión entre la informática y las tecnologías de comunicación, y que ha dado lugar a nuevas herramientas como el famoso correo electrónico o e-mail.

Instantaneidad: esta característica se refiere a la capacidad de las TIC de transmitir información a larga distancia y de una manera sumamente veloz.

Digitalización: la información es representada en un formato único universal, el cual permite que los sonidos, los textos, las imágenes, etc., sean transmitidos a través de los mismos medios.

Amplio alcance que abarca los campos cultural, económico, educativo, entre otros: las TIC no sólo han generado un impacto considerable en un único ámbito o en un grupo específico de individuos, sino que han llegado a expandirse y a penetrar en áreas importantes como la economía, la educación, la medicina, entre otras, todo esto a nivel global.

Mayor influencia sobre los procesos que sobre los productos: las TIC no sólo les brindan a los individuos la posibilidad de acceder a una gran cantidad de información para construir conocimiento a partir de ella, sino que además les permiten hacerlo mediante la asociación con otros usuarios conectados a la red. Se habla entonces de un mayor protagonismo de los individuos en la creación de conocimiento de forma colectiva, lo que supone cambios a nivel cualitativo y cuantitativo de los procesos personales y educativos, que se hallan relacionados con el uso de estas tecnologías.

Innovación: el desarrollo de las TIC se ha caracterizado por generar una necesidad de innovación, sobre todo en lo que respecta al campo de lo social, dando lugar a la creación de nuevos medios para potenciar las comunicaciones. Cabe destacar que esto no siempre supone el rechazo social a tecnologías anteriores, sino que también puede llevar al resurgimiento de un determinado medio, a través de la creación de otro de carácter similar, pero con mayores potencialidades. Tal es el caso de la correspondencia personal, cuyo uso se redujo considerablemente luego de la aparición del teléfono, pero se incrementó nuevamente con la creación del sistema de correo electrónico.

Diversidad: las tecnologías de la información y las comunicaciones no cumplen con un único propósito, por el contrario, resultan bastante útiles para la ejecución de más de una función. De

¹ Cabero, J. “Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas”. En Lorenzo, M. y otros (coords): Enfoques en la organización y dirección de instituciones educativas formales y no formales (pp. 197-206). Granada: Grupo Editorial Universitario, 1998.

tal manera, pueden utilizarse para llevar a cabo la comunicación entre personas, así como también para la creación de nueva información.

Tendencia a la automatización: se habla del desarrollo de herramientas para el manejo automático de la información en un gran número de actividades sociales y profesionales.

5. Ventajas de las TIC

Dado que las TIC tienen un alcance sumamente amplio, llegando a impactar en sectores importantes de la sociedad actual, como lo son el campo económico, social y educativo, existen ventajas específicas que su uso puede facilitar a cada una de estas áreas.

Sin embargo, es posible puntualizar algunas de las ventajas generales que pueden derivarse de la aplicación de estas tecnologías:

Facilitan la comunicación a larga distancia. Cada vez son menos las barreras que frenan la interacción entre unos y otros, pues las tecnologías de la información y la comunicación han hecho posible el intercambio de mensajes a distancia y de forma instantánea.

Brindan acceso a información abundante y variada. Gracias a las TIC se puede estar al tanto de lo que ocurre en cualquier parte del mundo, además de contar con información proveniente de diversas fuentes pero que gira en torno a un mismo tema. Esto representa una gran ventaja principalmente para el campo educativo, ya que los estudiantes pueden contar con una mayor cantidad de contenido útil para su formación, por lo que las TIC en la educación complementan la educación tradicional y llevan el aprendizaje a un nuevo nivel.

Permiten que actividades u operaciones que usualmente se desarrollaban de manera presencial, ahora se lleven a cabo a través de la red, como es el caso del popular e-commerce o comercio electrónico, el cual ha facilitado en gran medida la vida de sus usuarios y cada día sigue sumando más y más de ellos. De esta manera, han disminuido considerablemente la necesidad de moverse y salir del espacio físico en el que uno se encuentra para obtener un producto.

Al igual que el comercio electrónico, también se han desarrollado otros términos similares como el e-business (negocio electrónico), e-health (sanidad electrónica), e-government (gobierno electrónico), e-learning (aprendizaje electrónico), e-work (teletrabajo), y el ya muy conocido e-mail (correo electrónico), todo ello gracias al impacto que ha generado la aplicación de las tecnologías de información y comunicación en los distintos sectores de la sociedad y de la economía global.

Dan lugar a la creación de nuevos empleos en el área de telecomunicaciones (teletrabajo), y han hecho posible el surgimiento de nuevas profesiones como, por ejemplo: ingeniero de software, diseñador multimedia y diseñador web, ingeniero de red, técnico de redes, profesor de informática, teletrabajador, entre otros.

Más allá de permitir el surgimiento de nuevos empleos, las TIC favorecen el impulso de los negocios y la actividad empresarial, a través de la combinación entre el internet y la mercadotecnia.

6. Desventajas de las TIC

A pesar de que el desarrollo de estas tecnologías ha sido muy favorable en ciertos aspectos, existen algunas desventajas que no pueden pasarse por alto.

a) *En el aspecto social:*

Se ha creado una polémica que gira principalmente en torno a la comunicación a través de dispositivos electrónicos que, aunque ha facilitado el intercambio de información entre individuos ubicados a largas distancias, ha llegado a desplazar en cierta forma las relaciones sociales “face to face”, como les llaman algunos, de tal manera que la interacción entre seres humanos ya no involucra sólo a los hombres, sino que ahora parece indispensable la presencia de equipos tecnológicos que trabajen como intermediarios entre estos individuos.

b) *En el aspecto de la educación:*

Las TIC han revolucionado el método de aprendizaje, complementando la educación impartida a través de libros y revistas escolares, facilitando el acceso de los estudiantes a una mayor masa de información y fomentando la creatividad y la iniciativa de los mismos.

No obstante, el amplio y fácil acceso a las redes, sobre todo a internet, puede ser objeto de distracción para los estudiantes, quienes pueden perder momentáneamente el interés en el estudio, inclinándose hacia el entretenimiento que las tecnologías pueden ofrecer.

Asimismo, la gran cantidad de información que los alumnos pueden encontrar en la red no deja de ser considerada un arma de doble filo, puesto que así como resulta de gran utilidad para el desarrollo de nuevos contenidos académicos, también puede entorpecer la creación de conocimientos si se trabaja con información incompleta o procedente de fuentes poco confiables, una posibilidad que no debe descartarse.

7. Usuario de las TIC

El término “usuario” es aquel que define a los individuos que se mantienen en contacto con las TIC. Ahora, al igual que estas tecnologías, los usuarios pueden clasificarse según su nivel de experiencia en el campo.

Tipos de usuarios de las TIC

Usuario avanzado: persona que cuenta con habilidades digitales trabajadas y está sumamente familiarizada con el uso de las TIC.

Programador: aquel usuario que cuenta con la capacidad de programar computadoras de forma profesional.

Analista de sistemas: un analista de sistemas o analista de aplicaciones es aquel usuario que, además de tener la habilidad de programar computadoras de forma profesional, tiene la capacidad de crear programas y aplicaciones en el campo de la informática, así como también de desarrollar sistemas de información complejos.

Analfabeto digital: corresponde a todas aquellas personas que no mantienen contacto alguno con este tipo de tecnologías.

CAPÍTULO II

A. Nuestros estudiantes: generación Millennials.

Cabe aclarar que como equipo de trabajo e investigación, hemos venido desde hace algún tiempo analizando lo relacionado con los estudiantes, su futuro laboral, basándonos en las características de nuestros estudiantes universitarios, por lo que nos parece pertinente volver hacia atrás en otra investigación y tomar las características de los millenials, que ya habíamos desarrollado en un trabajo anterior, “*Estructuras organizacionales híbridas: trabajador híbrido*”² enfocado principalmente en el rol que estos tendrán como futuros profesionales de las Ciencias Económicas principalmente.

Por lo que entendemos, es necesario analizar a esta generación que se ha dado en llamar “Millennials”, son aquellos nacidos entre 1981 y 2000. Las características distintivas de este grupo de personas se dan precisamente con mayor fuerza en el sector tecnológico, pero alcanza también otros tipos de aspectos muy puntuales.

No es extraño, que las generaciones que hoy cuentan con más de 35 o 40 años, ya hayamos notado una gran diferencia con los jóvenes de entre 20 y 35 años, fácilmente uno se encuentra con algunos de ellos en algún lugar, en el trabajo, en nuestras familias, comunidades, grupos sociales, etc. Estos jóvenes tienen características muy distintas a las de generaciones anteriores, ni mejores ni peores, simplemente diferentes, aun así y con todas las diferencias que encontremos en ellos, no podemos dejar de tener en cuenta que son los actuales y/o futuros líderes en diferentes tipos de organizaciones y además forman parte de la sociedad y las diferentes culturas, son ellos mismos los hacedores de ellas.

Muchas de las actitudes y comportamientos de esta generación tan particular hacen que las demás generaciones nos cuestionemos nuestra estructura de valores y niveles aceptables de compromiso, los notamos demasiado informales en sus conductas, en su trato con los demás y hasta con los mismos de su generación, sus escalas de valores parecen ser muy distintas también. No es raro escuchar a docentes universitarios de generaciones anteriores quejarse de la falta de compromiso y formalidad de estos jóvenes y creemos que ya todo está perdido, la buena noticia es que esto no es así de ningún modo, se trata simplemente de comprender y adaptarnos a las nuevas realidades que han venido de la mano de los avances tecnológicos y en las comunicaciones que han dado lugar a una formación personal tan distinta en estos jóvenes. Tendremos que dejar de verlos como jóvenes distraídos, irresponsables e inestables.

Estos jóvenes se han formado como personas y profesionales en un momento histórico muy distintos a los anteriores y seguramente diferente al de las generaciones que vendrán. Aun así, pueden convertirse en personas comprometidas, competitivas y muy productivas organizacionalmente, cualquiera sea su labor de trabajo futura.

La socióloga estadounidense Kathleen Shaputis en su libro “Crowded Nest Syndrome” ha etiquetado a los millenials como la generación boomerang o la generación de Peter Pan, debido a la tendencia generacional de retrasar algunos ritos de transición a la edad adulta por más tiempo que la mayoría de las generaciones anteriores. Esta realidad está dada por la tendencia cada vez más notable del retraso de los jóvenes en irse de sus casas paternas.

² Trabajo presentado en las Jornadas de Ciencias Económicas 2016 en la Facultad de Ciencias Económicas, U.N. Cuyo por las autoras del presente trabajo.

Las características de esta generación hacen que a las demás nos cuesta mucho comprenderla y se torna muchas veces un problema a la hora de compartir con ellos ciertas responsabilidades en el viejo modelo del proceso de enseñanza-aprendizaje o de otro tipo. Por ejemplo, el mundo empresarial ha entrado en una crisis de reestructuración organizacional e ideológica por la llegada de esta generación, víctima de una revolución tecnológica y realidades sociales nunca antes vistas en la historia de la humanidad, por lo que como docentes universitarios, no podemos formarlos de otra manera que no sea a través de este tipo de herramientas digitales de información y comunicación, de otra, manera estaríamos obstaculizando su propio desarrollo como futuros profesionales, cualquiera sea su disciplina, ciencia o el campo de las humanidades. No existe hoy en día ningún sector que pueda prescindir de estas valiosas herramientas que, usadas de forma eficaz, se transforman en verdaderas “armas” de desarrollo para toda la sociedad en su conjunto, y desde nuestro rol de educadores universitarios nos corresponde aggiornarnos a esta nuevas tecnologías y actuar como seres, que desde un grado mayor de competencia, ayudan a los jóvenes a alcanzar un estrato más alto de desarrollo intelectual y personal en todo su sentido.

El primer indicio de esta generación se observó en el mismo mercado de consumo, dado que las empresas fueron las primeras en descubrir esta generación con conductas y comportamientos muy distintos a las anteriores, al analizar las necesidades y deseos de estos jóvenes pudieron dar cuenta que éstos buscaban productos muy específicos debido a sus características personales.

1. Una nueva generación de consumidores.

El mercado comenzó a identificarlos cuando se convirtieron en consumidores, tenían tendencias de consumo particulares, una generación que aprecia la ideología de la marca, en ocasiones más que el producto mismo, que aprecia el diseño, la identidad, la innovación, la interacción y los productos desarrollados a medida. Teniendo en cuenta estas características puntuales como consumidores, los convierte en estudiantes muy diferentes a los de décadas pasadas, por lo que resulta imprescindible darle a esta generación “algo” distinto en educación también.

Estos jóvenes entre 20 y 35 años se hicieron adultos con el cambio de milenio. Según el reporte de Tendencias Digitales *Conecta tu marca con los millennials*, actualmente en Latinoamérica un 30 % de la población es Millennial. Y según una proyección de la consultora Deloitte, en 2025, representarán el 75 % de la fuerza laboral del mundo.³

Esta generación es el futuro mercado de consumidores y usuarios, un mercado que deberá desarrollarse con una estructura muy cambiante, con nuevas características, es preciso analizar y conocer este segmento tan importante ya que tendrá efectos en las empresas y organizaciones de todo tipo.

³ Revista Forbes México, 22/12/2014 disponible en <https://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>

2. Características de la generación millenials⁴.

a) *Son 100% digitales*

Estos jóvenes nacieron en la era tecnológica y dominan la tecnología como una prolongación de su propio cuerpo, no conciben la idea de salir de sus casas sin sus dispositivos, lo que les permite estar comunicados e informados sobre aquello que les interesa las 24 horas del día. Ellos prefieren internet antes que la televisión, más de la mitad de ellos ven películas por internet en vez de usar los servicios de TV, por lo que por ejemplo la publicidad a través de este medio es insustancial para ellos, completamente obsoleta.

b) *Son la generación multipantalla y multidispositivo*

Los millennials utilizan múltiples canales de comunicación e información y necesitan hacer varias actividades a la vez.

Esto es así especialmente en Latinoamérica donde los consumidores son mucho más multipantalla, que en otras regiones. Según *AdReaction: Marketing in a multiscreen world*, de Millward Brown⁵, en promedio, dedican alrededor de 7 horas al día para conectarse online, utilizando múltiples pantallas digitales, lo que supone un 5 % más que el promedio mundial.

c) *Son nomófobos y appdictos*

Su vida es móvil y su pantalla principal de entrada a la Red es ya una pantalla móvil. Un 78 % de los Millennials en Latinoamérica posee un móvil (un 10 % más que el año anterior), un 37 % tablet, un 70 % laptop y un 57 % desktop, según Telefónica Global Millennial Survey 2014⁶. Este colectivo ha hecho de las pantallas de proximidad su acceso de referencia para la socialización, el trabajo y el ocio, integrándolas completamente en su vida cotidiana. Son adictos al móvil, sienten la necesidad de una constante conectividad y el 45 % admite que no podría estar un solo día sin su *smartphone*. A nivel mundial se registran 5 millones de descargas de aplicaciones móviles por ejemplo.

d) *Son seres muy sociales*

Son extremadamente sociales. Crean vínculos con otros jóvenes a quienes no conocen personalmente y comparten con ellos su vida diaria y mucho más.

Un 88 % de los Millennials latinoamericanos tiene perfiles en redes sociales. No son sólo un medio de comunicación para ellos sino una parte íntegra de su vida social. Consultar, compartir y comentar en ellas son las principales actividades que realizan a través de sus teléfonos inteligentes. Estos nuevos consumidores son activos y antes de comprar buscan y escuchan opiniones, generan y comparten contenidos y son muy sensibles a su experiencia online. Si la experiencia con una empresa o servicios es positiva suelen compartirla y recomendarla y se fían más de la opinión de sus amigos que de la emitida por las propias marcas para tomar decisiones de compra. También prefieren las redes sociales como medio para

⁴ Revista Forbes México, 22/12/2014 disponible en <https://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>

⁵ Millward Brown Ad Reaction Global Report 2014 disponible en http://www.millwardbrown.com/adreaction/2014/report/Millward-Brown_AdReaction-2014_Global.pdf

⁶ Telefónica Global Millennial Survey 2014 disponible en <https://es.slideshare.net/TelefonicaEurope/telefonica-2014-gms-global-master-deck-final-100614?related=1>

interactuar con las empresas, un 65 % prefiere las redes sociales al contact center para ser atendidos.

e) Son más críticos y exigentes

Son mucho más críticos, exigentes y volátiles. De hecho, un 86 % de los consumidores actuales declara que dejaría de hacer negocios con una empresa debido a una mala experiencia de cliente, frente al 59 % de hace 4 años. Y, para los Millennials, las experiencias digitales negativas en línea y móvil tienen un impacto negativo mucho mayor que sobre otros grupos de edad.

Las experiencias que éstos tienen con los productos y servicios es la clave, no les interesa el producto o servicio en sí mismo tanto como las experiencias que estos les proporcionen.

Llevado al campo académico, no podemos dejar de tener en cuenta la necesidad de adaptarnos en este sentido si queremos seguir teniendo aulas con alumnos, de otra manera las aulas físicas (offline) se irán empobreciendo por falta de alumnado porque encuentran que tienen cosas más interesantes que hacer en esos tiempos “perdidos” para ellos, si de todos modos pueden acceder fácilmente por transferencia a todos los contenidos de una clase magistral, por ejemplo.

f) Exigen personalización y nuevos valores

En una investigación realizada en 2013 acerca de la incidencia de las redes sociales como herramienta de comunicación y, dada la evidente evolución que han ido teniendo las mismas en la vida de las personas, las empresas han comenzado muy satisfactoriamente a hacer uso de estas redes en beneficio de sus propios negocios y a costos inmejorables. De hecho, esta situación ha generado la creación de nuevos puestos de trabajo en las mismas empresas e inclusive se han creado nuevas organizaciones dedicadas a la gestión y mantenimiento de estas herramientas virtuales, estas últimas formadas y lideradas por millenials en su mayoría.

Otras características que poseen los jóvenes que forman esta generación son la autosuficiencia y autonomía y luchan por ser los protagonistas en lo que emprenden, valoran mucho participar en los procesos dentro de las empresas y también como consumidores, desarrollando y diseñando ellos mismos productos y servicios de acuerdo a sus necesidades personales, en su mayoría tienen un fuerte compromiso con lo social y la sustentabilidad.

3. Los Millennials y su cultura

Este grupo de personas no ha sentido el peso de los límites y son mucho más abiertos que las generaciones anteriores, no han sido sometidos a reglas rígidas en muchos aspectos, sobre todo en lo relativo a la sexualidad y las relaciones sentimentales como consecuencia de la falta de compromiso y la necesidad de experimentar en varios aspectos de la vida, aquellas reglas estructuradas respecto a horarios, puntualidad, vestimentas, etc. Para ellos todas estas reglas son irracionales y frustrantes en la vida adulta y eso mismo los lleva a retrasar este paso.

Como sus docentes no podemos dejar de conocer su particular cultura para encontrar distintas maneras de llegar a ellos.

4. Los Millennials como estudiantes

A diferencia de las generaciones anteriores, los millennials han sido criados por padres que han sabido comprender las frustraciones profesionales por sus propias experiencias y son precisamente quienes han motivado a sus hijos a estudiar carreras que los “hicieran felices” y no aquellas con las que seguramente pudieran conseguir más éxitos.

Ellos necesitan estudiar carreras en donde puedan poner a prueba su creatividad y donde el esfuerzo sea menor, necesitan ser motivados permanentemente, buscan en las carreras un uso práctico en el ejercicio profesional y prefieren seguir estudiando y avanzando en especialidades por las que se sienten verdaderamente atraídos: maestrías, cursos, especializaciones, doctorados.

A partir de las características de esta generación presentadas en párrafos anteriores podemos comprender la visión que hoy tiene esta generación en el ámbito laboral.

5. Los profesionales Millennials como trabajadores

Si bien hemos analizado más negativa que positivamente las características de esta generación de profesionales que está inmersa en las empresas y hasta ocupando los puestos jerárquicos más altos, esto no ocurría antes, se ascendía de puesto con el correr de los años y la experiencia dentro de una misma empresa. Hoy en día estos jóvenes trabajadores tienen capacidades muy desarrolladas y debido a que son tan flexibles logran adaptar las empresas para las que trabajan al ambiente tan dinámico que hoy rodea al mundo entero, no se ahogan fácilmente en un vaso de agua, buscan soluciones y alternativas, no evalúan tanto las consecuencias, son rápidos, muchas veces efectivos y otras no tanto, son espontáneos y muy audaces en su accionar empresarial, cuentan con información segundo a segundo lo que les permite una toma de decisión más rápida. Esto podría ser una ventaja o una desventaja, dependiendo de dónde se la analice, pero no podemos dejar de considerar que es una realidad palpable.

En este sentido tenemos que considerar la importancia de que las empresas tengan una permanente orientación al mercado interno, es decir a los recursos humanos que forman la compañía, y la visión que tienen estos trabajadores es muy distinta a la que suponemos, ellos buscan satisfacción personal pero no se trata de lo material solamente ni como punto de partida, ellos buscan sentirse inspirados, sienten que tienen una misión, miden sus logros más por esa misión cumplida y por el reconocimiento social que por el dinero.

Frente a esta realidad, la actitud de las empresas debe ser motivadora y excitante a la vez para estos trabajadores millennials, ya que de ellos dependerá el crecimiento de la empresa u organización y la solidez en el mercado.

Tienen sed de aprender constantemente, que se les planteen nuevos desafíos, necesitan y quieren ampliar sus habilidades, ya no pueden estar demasiado tiempo en un mismo puesto porque esto los aburre y se vuelven improductivos, hay que mantenerlos motivados.

Ellos necesitan demostrar que pueden, los retos son sus mejores hazañas, y para ello es necesario evitar las estructuras, es necesario generarles confianza en sí mismos y ponerles objetivos, eso los motiva, el ambiente de trabajo debe ser amigable y de diálogo. En el caso de los millennials más grandes, que ya ocupan puestos jerárquicos, son ellos mismos quienes

defienden estas modalidades amigables con los empleados, de esta manera llevan a la práctica los valores que defendían como empleados.

El trabajo híbrido responde a estos nuevos esquemas laborales de libertad horaria, confianza y motivación, si bien esta tendencia se ha dado más en los sectores tecnológicos, son cada vez más las oportunidades laborales a las que esta generación accede gracias a esta flexibilidad que los caracteriza.

La realidad es que las generaciones cambian y no se les pueden imponer estructuras antiguas, se debe sacar provecho de las virtudes y oportunidades que encontramos en estos jóvenes tan particulares.

Ellos ya forman parte del mercado laboral de esta era y aunque cueste aceptarlo tienen mucho para enseñarnos a las generaciones anteriores.

B. El rol del docente como facilitador del conocimiento⁷

Cuando se habla de gestión de la educación tenemos que centrarnos en tres conceptos claves: calidad académica, rendición de cuentas y productividad. Los tres conceptos están siendo revolucionados por la tecnología.

La calidad académica es el más importante de todos. A partir de esta noción se estructuran los objetivos a los cuales adecuar los recursos disponibles. La productividad es un concepto que genera habitualmente mucho rechazo en los ámbitos educativos, especialmente en las universidades. Sin embargo, ningún enfoque realista puede perder de vista que los recursos nunca son infinitos. Por el contrario, siempre son escasos.

Las nociones de eficiencia y productividad están estrechamente relacionadas con el concepto de equidad. El anhelo como sociedad debe ser poder brindar acceso y una mejor educación a una parte cada vez mayor de la población. Con los mismos recursos hay que llegar a más alumnos. En estos ámbitos entra en juego la incorporación de las tecnologías como un medio para ganar en productividad y calidad tanto en la gestión como en la docencia universitaria.

1. *¿Cómo podrían las nuevas tecnologías mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje?*

La gran mayoría de las actividades han revolucionado sus operaciones con las nuevas tecnologías. En educación, en cambio, los avances en este sentido han sido menos llamativos. Esto no ha sido así por falta de incorporación de tecnología, al menos en los últimos tiempos. Recientemente se han multiplicado en la región los programas basados en la entrega de computadoras a los alumnos.

Evidentemente, no basta con incorporar tecnología para cambiar las formas de enseñanza. La clave está en cómo se usa dicha tecnología. Y en este sentido el docente sigue y seguirá ocupando un rol fundamental. Ese rol es distinto al que desarrollaba en las formas más tradicionales de enseñanza, pero su mediación para que el aprendizaje se produzca continúa

⁷ La Nación 7 de abril de 2014 disponible en <https://www.lanacion.com.ar/1678665-el-docente-de-transmisor-a-facilitador-del-conocimiento>

siendo crucial. Si antes el docente era un transmisor del conocimiento, con la incorporación de nuevas tecnologías se convierte en un facilitador del acceso al conocimiento. El docente debe ayudar ahora a aprender a buscar, discernir el valor y jerarquizar la información disponible. El punto de partida está en la reconversión de los docentes.

Para avanzar en este punto es conveniente tener en cuenta las características de las nuevas generaciones que están actualmente en la universidad: los Millennials y la Generación Z como se mencionó en el punto anterior. Frente a las particularidades cognitivas de estas generaciones, la clase expositiva tradicional pierde eficacia como método de enseñanza. Las nuevas tecnologías, utilizadas con inteligencia, abren las puertas a un abanico muy amplio de posibilidades. En primer lugar facilitan el trabajo colaborativo y las tareas en forma paralela (multitasking), posibilitan el aprendizaje en acción, es decir, el "aprender haciendo", permiten el acceso a la información mediante el establecimiento de rápidas relaciones y también brindan nuevas posibilidades en todo lo que se refiere a la articulación entre el aprendizaje y el ocio a partir, por ejemplo, de los simuladores y los juegos orientados a la enseñanza.

La incorporación de herramientas de gestión empresarial y de nuevas tecnologías a los ámbitos universitarios presenta un potencial todavía poco explorado en nuestros ámbitos locales. El gran desafío no es de carácter técnico, sino cultural. Si podemos vencer las resistencias al cambio, superar antiguos prejuicios e introducir algunas de las ventajas que tanto la gestión empresarial aplicada a la universidad como las nuevas tecnologías orientadas a la enseñanza ofrecen, podremos ver grandes progresos.

C. Introducción de TIC al campo universitario

Una vez analizadas las características de esta generación tan particular en su rol de trabajadores y estudiantes, se puede profundizar como impactan éstas últimas y la utilización de las TIC en el campo universitario.

1. Los desafíos de la sociedad del conocimiento y de la tecnología⁸

Éste se constituye en un desafío que debe llevar a debate el replanteamiento del rol, de las funciones y de la organización de la educación en su conjunto pero, muy especialmente de la educación superior y de las universidades.

En términos de Brunner, estamos viviendo la tercera revolución en cuanto al acceso al conocimiento. La primera fue la aparición de la imprenta; la segunda, la masificación de los libros y de los periódicos. Así, por ejemplo, la Biblioteca de la Universidad de Harvard requirió 275 años para reunir su primer millón de libros; el último lo hizo en cinco años.

La tercera revolución es la de internet y la web. Según ATT, se estima que actualmente hay ocho mil millones de páginas web y crecen dos millones por día; según el US Department of Commerce hay entre uno y dos mil millones y crecen un millón por día. Por ello, el rol de la

⁸ Fernández Lamarra, N. (2007). LA UNIVERSIDAD EN AMERICA LATINA Y ARGENTINA: PROBLEMAS Y DESAFIOS POLÍTICOS Y DE GESTIÓN. *Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL*, pág. 8

escuela y de la universidad no es el de transmitir información sino el de enseñar a seleccionarla, evaluarla, interpretarla, clasificarla y usarla, tal cual expresa Brunner⁹.

Esto plantea nuevos contextos y desafíos para la educación y la universidad: el conocimiento ha dejado de ser lento, escaso y estable; la escuela y la universidad ya no son monopólicas en cuanto al conocimiento; el profesor y el texto han dejado de ser soportes exclusivos; las tecnologías de enseñanza tradicionales ya no son las únicas disponibles; las competencias, el aprendizaje y los tipos de inteligencia tradicionales están perdiendo pertinencia y validez; la educación y la universidad dejan de identificarse con el Estado Nación, por efecto de la globalización, la transnacionalización y la educación virtual y ya no actúan como medio estable de socialización, generando, por lo tanto, incertidumbres en lo social, familiar y personal, según manifiesta Brunner¹⁰.

En este mismo tenor, la educación de las escuelas y más aún la educación superior debe de revolucionar radicalmente su enseñanza en cualquiera de las facultades en las que están categorizadas, en la utilización de las TIC, para aprovechar el potencial didáctico que nos ofrecen, los profesores deben de actualizarse en torno a eso y no puede haber excusas para no hacerlo.

Esto es una innovación en cuanto a educación se habla, el involucramiento de las TIC, primeramente porque es algo nuevo introducido en un sistema con la intención de mejora, por lo cual se le puede categorizar como una innovación educativa, la puesta en marcha de la introducción de las TIC al sistema universitario implica varias cuestiones, como:

- Cambios en el rol del docente
- Cambios en el rol del alumno
- Cambios en las políticas institucionales
- Incorporación de equipos informáticos (materiales y personas)

Una de las palabras clave en cuanto a la incorporación de las TIC como medio de innovación es el “cambio”, ya que causalmente cuando se habla de innovación el cambio es irremediable, la verdadera dificultad en la acción del cambio, radica en su implementación, pero como dijo Einstein “si queremos resultados diferentes, no hagamos las mismas cosas”.

2. Algunos cambios que deberíamos implementar

El docente ya no debe de ser el único poseedor de conocimiento absoluto, sino que pasa a ser un mediador y facilitador, que crea ambientes de aprendizajes basado en ejes problemáticos, así también actualizarse en el uso e implementación de estas herramientas tecnológicas para trabajar clases online en redes virtuales de comunicación con sus alumnos.

En cuanto al cambio del alumno debe ser más activo en cuanto a la construcción de su propio conocimiento, plantearse un compromiso con su educación, responsabilizarse en la búsqueda de información necesaria para que pueda aprender, dejar ser aquel alumno pasivo que todo se lo da el maestro.

⁹ BRUNNER, José Joaquín, *Educación: escenarios del futuro. Nuevas tecnologías y sociedad de la información. Preal/ Fundación Chile*, Santiago de Chile, enero de 2000.

¹⁰ BRUNNER, JOSÉ JOAQUÍN, *Innovación en las políticas y políticas de innovación*, Consejo Superior de Educación, Santiago de Chile, octubre de 2000

Necesariamente la flexibilización de las políticas de la institución en cuanto a la incorporación de las TIC también es un elemento fundamental a la hora de poner en marcha la implementación de las herramientas tecnológicas, crear estrategias a corto, mediano y largo plazo, plasmar sus objetivos en los tiempos establecidos en función de darle continuidad al proyecto, establecer un plan para su posterior organización de las personas en cuanto a sus capacidades, dirigir todas las acciones, vigilar que esas acciones se estén llevando a fin que lleven un control, los supuestos básicos de la administración.

La utilización de recursos materiales y humanos es indispensable en cuanto al recurso material, es decir, a los equipos necesarios para llevar a cabo las acciones educativas en entornos virtuales, en cuanto al humano, todas aquellas personas capacitadas para crear las plataformas de las páginas web en donde se llevarán a cabo los espacios educativos en entornos virtuales.

Todos estos puntos anteriormente descritos que son indispensables al momento de poner en marcha la implementación de las herramientas de las TIC y para responder a estos desafíos, deben ser revisados por las instituciones educativas, se deben de revisar sus referentes actuales y promover experiencias innovadoras en procesos de enseñanza aprendizajes apoyados en TIC. En este sentido las universidades se enfrentan a dificultades asociadas a la capacidad de flexibilización de sus estructuras. Las palabras claves para los cambios futuros que ponen en relación las tecnologías de la información y la comunicación y los nuevos enfoques respecto al aprendizaje son significado, coherencia, conectividad, sinergia, alineamiento y capacidad para la mejora.

La sinergia es la cooperación colectiva hacia lograr un objetivo predeterminado, es decir que todos trabajemos en plena comunicación colegiada para que realicemos los objetivos que como comunidad escolar nos plasmamos, es uno de los aspectos a destacar en cuanto se habla de incorporar alguna innovación, el trabajo colaborativo, aprender y adaptarse.

La viabilidad de la innovación debe de ser en función de las características propias de la institución a la cual se están implementando las herramientas tecnológicas. Como primer paso a seguir para poder hacer la incorporación de las TIC de ahí en adelante darle seguimiento y mejorarlo continuamente.¹¹

3. La universidad del futuro¹²

La educación es el arma más poderosa que puedes usar para cambiar el mundo." La frase de Nelson Mandela resonará eternamente, ¿pero cómo actualizar la educación cuando el mundo cambia?

Diario La Nacion organizó una mesa de debate para conversar sobre la universidad del futuro en la Argentina frente a un escenario de cambios constantes: ¿cómo acompañar las exigencias del mercado laboral, que busca innovación y talentos? ¿Cómo responder a las necesidades de las nuevas generaciones de jóvenes? ¿Cómo incorporar la tecnología en el

¹¹ Osvaldo Coutiño Hernández y Otros; 24.11.2014- <https://www.gestiopolis.com/innovacion-docente-y-uso-de-las-tics-en-la-ensenanza-universitaria/>

¹² La Nación; 4-10-2014 disponible en <https://www.lanacion.com.ar/1732540-la-universidad-del-futuro>

ámbito académico? ¿Cómo potenciar el sistema educativo argentino en base a una estrategia país?

Del debate participaron Catalina Nosiglia, secretaria académica de la Universidad de Buenos Aires (UBA); Fernando Nápoli, coordinador general de la Red Argentina de Posgrados en Educación Superior (Redapes); Andrés Hatum, profesor y director del Centro de Investigación Grupo RHUO del IAE; Marcelo Rabossi, profesor e investigador del Área de Educación de la Universidad Torcuato Di Tella, e Ignacio Peña, consultor en estrategias de crecimiento e innovación.

A continuación, extraemos las ideas más importantes:

"Venimos de una economía basada en las materias primas, y en una industria y un sector de servicio principalmente orientados al mercado doméstico, que ven el talento como un bien no transable. Pero vamos hacia una economía muy distinta, en la cual es posible exportar servicios intensivos en conocimiento al mundo y la clave está en tener una población educada y orientada al conocimiento", dice Ignacio Peña, consultor en estrategias de crecimiento e innovación.

Con miras en el futuro, los referentes convocados coincidieron en la necesidad de formar profesionales partiendo de una educación universitaria orientada a la flexibilidad que les permita diferenciarse. Se propusieron planes de estudios flexibles que permitan a los alumnos cursen materias de acuerdo a sus intereses, que no sea tan contenidista. Resulta fundamental que las instituciones trabajen en forma conjunta y se complementen brindando una oferta distinta.

Catalina Nosiglia, secretaria académica de la Universidad de Buenos Aires (UBA), expuso que desde la década del 90 se han creado muchas casas de estudios superiores privadas y públicas con perfiles muy diferentes que hoy podrían plantear y planificar un escenario conjunto que permita que cada una se especialice en un determinado campo. *"Así, cada institución se especializaría en lo que es fuerte, aprovechando la ventaja competitiva de cada una"*, resume.

Los especialistas coincidieron en la necesidad de lograr que todas organizaciones educativas de nivel superior puedan producir un conocimiento básico de tres años orientado hacia un campo de conocimiento y luego permitir, en un tramo posterior, ahondar en una especialización que el alumno pueda ir eligiendo en la universidad que prefiera, sin problemas administrativos para concretar el traslado. "Esta nueva metodología también derivaría en un cambio respecto de los planes de estudios de carreras que se han tornado muy largas y demandantes, según los panelistas. "

Hacia una formación blanda

La gran tarea en el futuro es la incorporación de la tecnología en los entornos de enseñanza y aprendizaje. Peña propone pensar en un sistema universitario donde más del 60% de la población tenga título de grado a partir de un aprendizaje semipresencial. *"Una clase sin pizarrón. Profesores que inviten a pensar y estén más abocados en el hacer. Alumnos que puedan elegir cursar online con espacios físicos para debatir, asistir a clase y contar con personas que los ayuden a hacer ejercicios prácticos"*, expone.

“El problema está en que, como pedagogos, nos animemos a incorporarlas. Nuestros alumnos se han animado y van mucho más adelante que nosotros”, confiesa la secretaria académica.

El entorno de enseñanza- aprendizaje tiende a ser colaborativo. Rabossi habla de una clase invertida donde los alumnos se enseñen entre ellos y el docente organice el conocimiento según lo pensado y debatido anteriormente por los estudiantes. A su vez, Hatum hace referencia al aprendizaje activo, que va más allá del aula, sino a través de experiencias, por ejemplo en empresas.

Así se concluye que el docente ya no es el dueño del conocimiento sino que debe brindar al alumno para que se apropie del mismo, desarrolle una capacidad por aprender, desaprender y volver a aprender a lo largo de su vida

"Apuesto a que la Argentina sea realmente un sistema de educación superior. Tenemos mucha capacidad instalada, pero falta trabajar en pos de una coordinación, asociación, colaboración y especialización para dar un aporte importante a la sociedad", concluye Nosiglia.

CAPÍTULO III

Aplicación de TIC en la Facultad de Ciencias Económicas de la UNCuyo

A medida que se fue avanzando en la presente investigación, fuimos tomando conciencia que en nuestra Facultad, especialmente en la Carrera de Administración, y muy especialmente en algunas cátedras en particular, se utilizan eficientemente muchas herramientas provenientes de las TIC, por lo que es necesario hacer un breve análisis de estos cambios que se fueron produciendo paulatinamente y en gran medida por acciones implementadas hace algunos años, por ejemplo a través de la capacitación intensiva de los docentes.

Es pertinente, entonces comenzar este análisis donde comenzamos a notar, como docentes de esa Alta Casa de Estudios, un cambio muy positivo, contemplando todo el enfoque mencionado en el marco teórico del presente trabajo: TIC, Universidad, alumnos, docentes, adaptarse a los cambios...

Una de las principales acciones en nuestra facultad fue la capacitación a través del curso FIDO (Formación Integral Docente), destinado a todos los docentes de nuestra facultad. Creemos que a partir de allí se comenzaron a dar una serie de cambios positivos en la mirada de muchos docentes y en la implementación de herramientas muy ricas que la Universidad estaría por aquel entonces efectuando, como la Plataforma Moddle (ECONet)

Programa FIDO: Formación Integral Docente

El modelo de capacitación FIDO formó parte del Proyecto Trayectorias Académicas Estudiantiles – TRACES- y fue dictado en forma gratuita a los docentes de nuestra facultad en 2012. El mismo FIDO era un seminario-taller teórico práctico intensivo que presentaba como metodología de trabajo el blended learning. Tenía entre sus objetivos brindar capacitación sobre el manejo de recursos para transformar el aula en un espacio interactivo y complementar el proceso en el aula con la dimensión virtual.



Dicho programa sumado a otras acciones muy positivas realizadas por la gestión académica de entonces y de hoy, nos coloca, a nuestro parecer, dentro de las Facultades de la UNCuyo mejor adaptada y recorriendo un camino de permanente aplicación de estas herramientas a las realidades del mercado laboral al que se insertarán nuestros estudiantes por ejemplo, en la búsqueda también de fortalecer el vínculo entre los estudiantes y docentes, respecto del compromiso de ambas partes en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

A continuación, se presenta el Programa del curso, que diera, a nuestro humilde parecer, el puntapié para comenzar a recorrer un camino de cambios.



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

FCE
FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS

SA
SECRETARÍA
ACADÉMICA

**TRAYECTORIAS
ACADÉMICAS
ESTUDIANTILES**



CURSO DE FORMACIÓN INTEGRAL DOCENTE PROGRAMA

CLASE TEMAS

1	<ul style="list-style-type: none"> • LOS PORQUÉ Y PARA QUÉ DE FIDO. La formación de los alumnos de hoy. Los diversos roles del docente en FIDO. • EL CEREBRO HUMANO Y SU ROL EN EL APRENDIZAJE. Los hemisferios cerebrales y su integración para un aprendizaje significativo. Modos de estímulo del cerebro. Modelos de simulación y otras estrategias experienciales que incrementan el aprendizaje. Los anclajes, la llave del conocimiento a la acción. • LA PLANIFICACIÓN DEL APRENDIZAJE. Los principios FIDO. El aula como un nuevo espacio. Trabajo en equipo de la cátedra. Los roles pedagógicos. Vinculación entre el programa, el diagrama, el plan y el diseño de cada clase con una concepción de una experiencia significativa.
----------	--

- **DISEÑO DE EXPERIENCIAS FORMATIVAS SIGNIFICATIVAS.** Reformulación del Modelo de Kolb. Incorporación del inconsciente en el proceso de aprendizaje. Diseño de las propias experiencias formativas significativas. El uso del humor. El alumno y sus estilos de aprendizaje.
- **EL MAPA DEL TEMA.** La visión global. Los mapas como guía de docentes y alumnos.
- **EL AULA COMO ESCENARIO.** Estrategias de aprendizaje presencial. La gestión de experiencias en grupos numerosos. La incorporación de la tercera dimensión al aula. Creatividad en el uso de recursos. Integración de elementos en el aula (pizarra, presentación, expresión corporal, elementos tridimensionales, otros). Los alumnos como recursos en el proceso enseñanza-aprendizaje.
- Los NUNCA del aula. Recursos de inicio, de nudo y de cierre.
- **EL DOCENTE Y SUS RECURSOS.** Cuerpo. Voz. Lenguaje. Estilo personal.
- **RECURSOS TECNOLÓGICOS.** Videoclases. Videocasos. Audio. Animaciones. Tecnología para la innovación. **4**

Capacitación Plataforma Virtual

Además del Programa FIDO mencionado precedentemente, se dictó entre los meses de mayo y junio de 2018, una capacitación en el uso de la Plataforma Virtual de nuestra facultad: ECONET. La intención de la misma fue dar las herramientas y sembrar inquietudes acerca del correcto uso del sistema con el fin de poder así utilizar plataformas moodle de educación tanto para desarrollar cursos 100% virtuales como para dar seguimiento y apoyo a sus clases presenciales.



SIU Guaraní

Asimismo, se implementó el Sistema de Gestión Académica SIU Guaraní es un sistema de gestión académica que registra y administra todas las actividades académicas de la Universidad y sus Facultades, desde que los alumnos ingresan como aspirantes hasta que obtienen el diploma. Fue concebido para administrar la gestión de alumnos en forma segura.

El SIU es un Consorcio de Universidades que desarrolla soluciones informáticas y brinda servicios para el Sistema Universitario Nacional y distintos organismos de gobierno. Su objetivo es contribuir a mejorar la gestión de las instituciones, permitiéndoles contar con información segura, íntegra y disponible, optimizar sus recursos y lograr que el software sea aprovechado en toda su potencialidad. Actualmente, en nuestra Facultad, se encuentra implementado tanto para ALUMNOS como para DOCENTES de grado y posgrado.



Caso de análisis: Aplicación de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) al entorno de enseñanza y aprendizaje en la Facultad de Ciencias Económicas

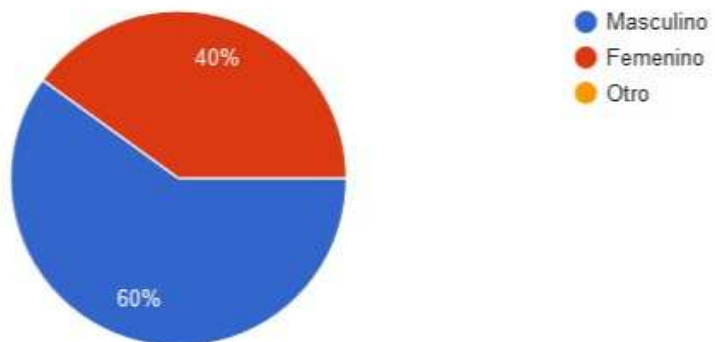
Se realizó una encuesta que fue enviada vía correo electrónico a los docentes de la Facultad con el objeto de relevar su opinión y experiencia en la incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) al proceso de enseñanza y aprendizaje en la Facultad. El cuestionario se presenta como anexo al presente trabajo.

La misma se envió a 109 docentes de nuestra Facultad y se obtuvo respuesta de 20 docentes que aportaron sus opiniones y experiencias en la utilización de las TIC. Se muestran a continuación los resultados.

Como puede observarse del total de docentes que respondió la encuesta el 60% eran hombres y el 40% mujeres.

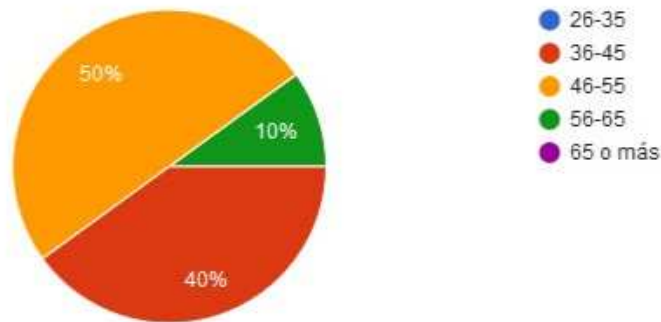
1. Sexo

20 respuestas



2. Edad

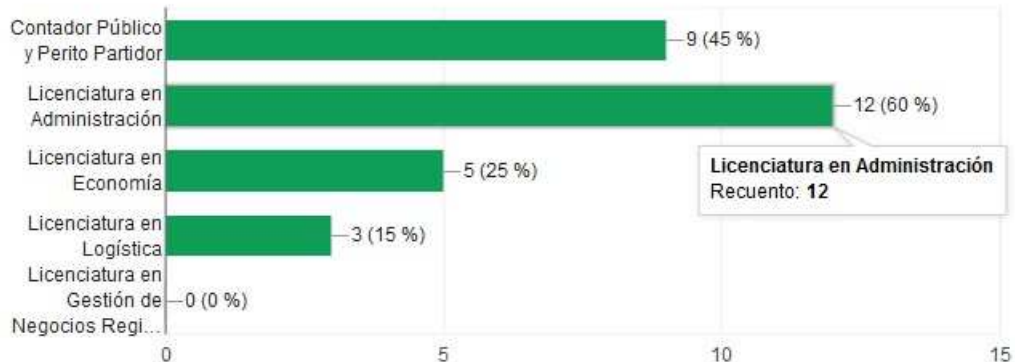
20 respuestas



Un 50% de los educadores que respondieron tenían entre 46 y 55 años, un 40% entre 36 y 45 y un 10% entre 56 y 65 años.

3. Carrera en la que se desempeña.

20 respuestas



En cuanto a las carreras en las que se desempeñan el 60% pertenece a la Licenciatura en Administración, un 45% a la carrera de Contador, un 25% a la Licenciatura en Economía y un 15% a la Licenciatura en Logística. Cabe aclarar que el porcentaje es mayor al 100% dado que hay docentes cuyas materias se dictan en más de una carrera.

4. Es relevante que adquiriera la competencia sobre el uso de las TIC en los ambientes de enseñanza y aprendizaje en mi formación?

20 respuestas



Un 85% de los encuestados respondió que está totalmente de acuerdo en adquirir competencia en el uso de las TIC durante su formación y en 15% estuvo de acuerdo.

5. El manejo apropiado de los recursos TIC sirve para el mejor desempeño en los procesos de enseñanza y aprendizaje en las aulas?

20 respuestas

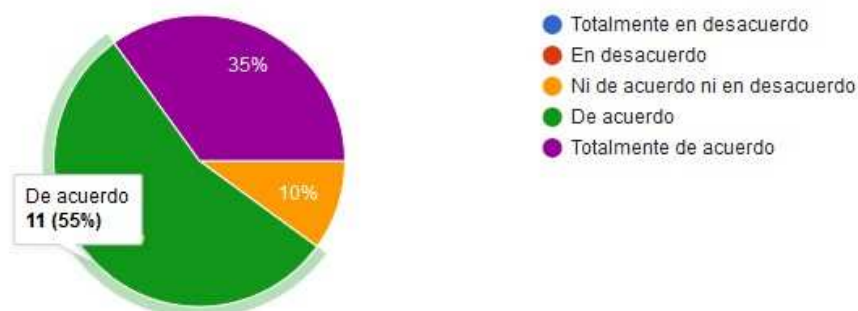


Respecto del manejo apropiado de las TIC un 60% se manifestó totalmente de acuerdo en que es un recurso que sirve para un mejor desempeño de los procesos de enseñanza y aprendizaje, mientras que un 40% estuvo de acuerdo.

6.El conocimiento y manejo de diferentes tipos de software ayuda a la incorporación más rápida en el proceso de enseñanza y aprendizaje de las TIC.



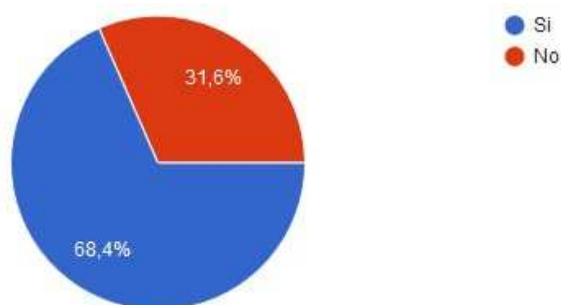
20 respuestas



Un 35% estuvo totalmente de acuerdo en que el conocimiento y manejo de diferentes tipos de software ayuda a la incorporación más rápida en el proceso de enseñanza y aprendizaje de las TIC. Asimismo, un 55% estuvo de acuerdo y un 10% se manifestó indiferente.

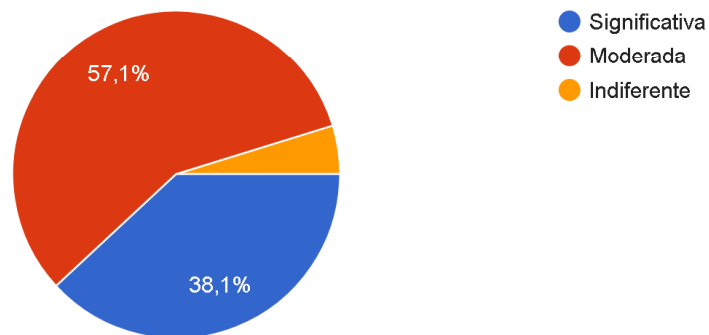
7.Ha recibido capacitación técnica facilitada por la Facultad en el uso de herramientas computacionales como apoyo al desarrollo pedagógico de los cursos que orienta.

19 respuestas



De los encuestados un 68,4% declaró haber recibido capacitación técnica facilitada por la facultad en el uso de herramientas computacionales como apoyo al desarrollo pedagógico de los cursos que dicta mientras un 31,6% expuso no haber obtenido ese tipo de recurso.

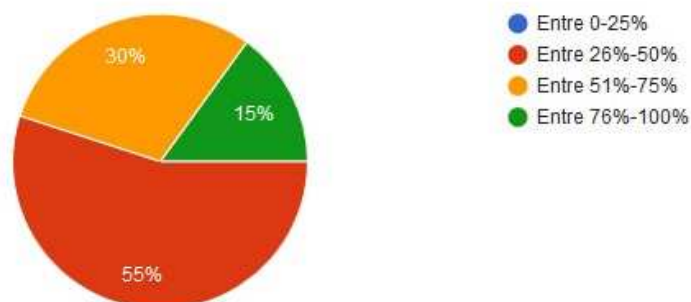
8. La utilización de los medios tecnológicos, que la Facultad ha puesto a su disposición en las aulas, ha contribuido a mejorar la impartición de sus clases de manera:



Un 57,1% de los consultados considera que los medios tecnológicos provistos por la Facultad han contribuido a mejorar la impartición de clases de manera moderada, un 38,1% manifiesta que mejora en forma significativa y un 4.8% lo considera indiferente.

9. ¿En qué porcentaje considera usted que utiliza las TICs en su(s) clase(s)?

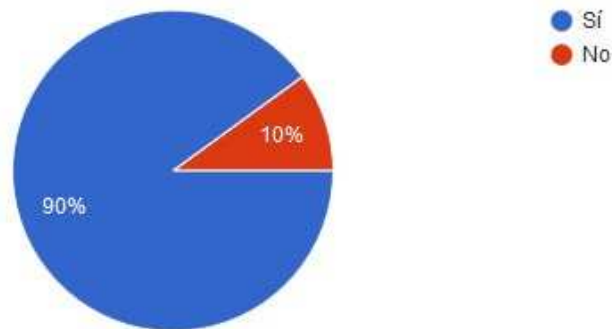
20 respuestas



El 55% de los entrevistados utiliza las TIC entre un 26%-50% de sus clases, un 30% entre 51%-75% y un 15% entre un 76%-100%.

10. ¿Considera necesario cursos especiales de formación en el uso las TICS para los profesores?

20 respuestas



En cuanto a si creían que eran necesarios cursos especiales de formación en el uso de las TIC para los profesores un 90% se manifestó a favor un 10% en contra.

11. ¿Utiliza usted las nuevas tecnologías para comunicarse con sus alumnos? (blogs, correo electrónico, chat, página personal, ECONET):

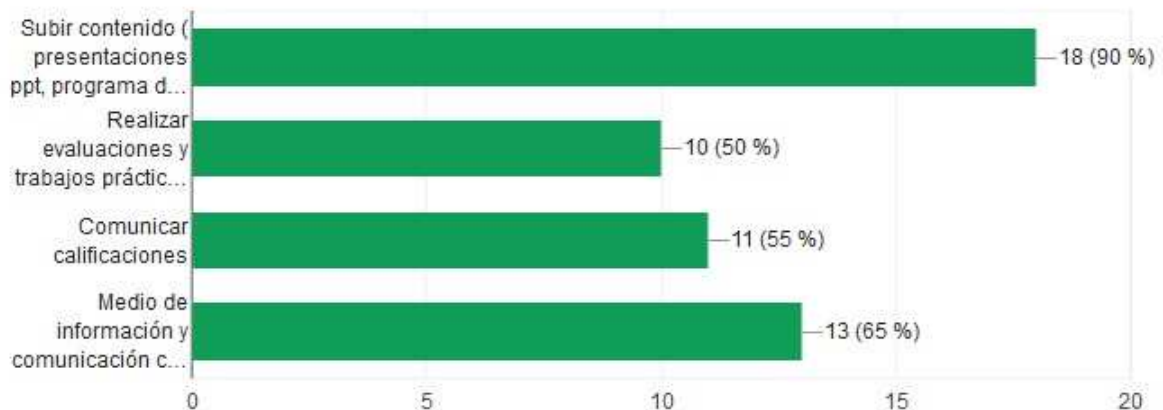
20 respuestas



El total de los docentes encuestados utiliza las nuevas tecnologías para comunicarse con sus alumnos.

12. Indique los usos que usted le da a ECONET

20 respuestas



En cuanto a los usos que se le da a ECONET un 90% lo utiliza para subir contenido, un 50% para realizar evaluaciones y trabajos prácticos, un 55% para comunicar calificaciones y un 65% como medio de información y comunicación con los alumnos.

CONCLUSIONES

Hoy por hoy no queda ninguna duda cómo las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) se han ido involucrando en nuestras actividades y en nuestros ámbitos cotidianos. Nos acercan a nuevas formas de comunicación y proyección que trascienden las barreras geográficas y nos brindan nuevas posibilidades, muchas de ellas aún por descubrir. De acuerdo a lo manifestado por Thomas Hughes la sociedad y la tecnología conforman un complejo entramado, es decir, un **"tejido sin costura"** (seamless web); como sostiene el autor *"lo que denominamos sociedad o tecnología es una compleja malla de interacciones en la cual es difícil (sino imposible) aislar productos o relaciones exclusivamente sociales o exclusivamente tecnológicos"*. De la misma manera debemos lograr la transversalidad entre tecnología y educación, no tratarlo como una unidad independiente, sino incorporarlo en el quehacer diario, sin caer en un *"determinismo tecnológico que convierte a la tecnología en un ente superpoderoso y autónomo (Ronderos, Valderrama, 2003), es decir tomarlo como un medio para...y no como un fin en sí mismo"*.

Como es posible apreciar a lo largo del trabajo, hemos reflexionado que como docentes universitarios nos surge la inquietud de indagar como estos nuevos impactos tecnológicos modifican nuestro rol de educadores y qué acciones tomamos para aprovechar estos avances. Además, se exponen las características de las TIC como así también de nuestros alumnos que han sido denominados "Millenials". Una vez revisadas estas concepciones nos proponemos

analizar cómo ha cambiado nuestro rol docente a partir de que pasamos de tener el monopolio del conocimiento a tener un rol de facilitadores del mismo. Seguidamente se describen las capacitaciones recibidas para el manejo de las TIC en nuestra Facultad.

Asimismo, se adjuntan los resultados de una encuesta destinada a los docentes de la Facultad con el objeto de relevar su opinión y experiencia en la incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) al proceso de enseñanza y aprendizaje en la Facultad. A partir de la misma se puede concluir que se han integrado las TIC en el dictado de clases como así también se utiliza la Plataforma Moodle ECONET principalmente para subir contenido de las materias para los alumnos y como herramienta de comunicación con los mismos.

Finalmente, debido al carácter dinámico de las TIC, consideramos que es un tema que no puede abarcarse en una investigación ya que presenta múltiples aristas, por lo cual proponemos seguir indagando en esta temática en futuras investigaciones. Además, se propone hacer un uso más intensivo de las mismas y aprovechar la multiplicidad de recursos que presentan. De esta manera se sugiere estimular a los alumnos a convertirse en “prosumidores”¹³, es decir, que no sólo aprovechen los recursos que nosotros como educadores les proveemos en este espacio sino que ellos mismos puedan crear sus propios contenidos (y compartirlos a través de Econet.). Estos desarrollos pueden tomar la forma de audiovisuales propios o bien obtenidos de terceros, audios, presentaciones prezi o powerpoint, etc. relacionadas con los contenidos de las materias. De esta manera cumplimos nuestro rol docente como facilitador del conocimiento, considerando que se da en un contexto muy cambiante respecto de las características distintivas de los alumnos universitarios de hoy en día y el gran auge tecnológico alcanzado en los últimos años.

¹³ Actualmente, el término “prosumidor” se aplica a aquellos usuarios que ejercen de canales de comunicación humanos, lo que significa que, al mismo tiempo que son consumidores, son a su vez productores de contenidos. Un prosumidor no tiene fines lucrativos, solo participa en un mundo digital de intercambio de información, tal es el caso del [P2P](#), redes entre pares o iguales. Incluso existen en la red páginas de tutoriales que instruyen a los usuarios a realizar ciertas tareas con el fin de impulsar el desarrollo y producción en la web (es el caso de la misma Wikipedia, cuyos contenidos los confeccionan/editan los propios usuarios sin una remuneración a cambio).

BIBLIOGRAFÍA

- BRUNNER, José Joaquín, *Educación: escenarios del futuro. Nuevas tecnologías y sociedad de la información*. Preal/ Fundación Chile, Santiago de Chile, enero de 2000.
- BRUNNER, JOSÉ JOAQUÍN, *Innovación en las políticas y políticas de innovación*, Consejo Superior de Educación, Santiago de Chile, octubre de 2000
- CABERO, J. “*Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas*”. En Lorenzo, M. y otros (coords): *Enfoques en la organización y dirección de instituciones educativas formales y no formales* (pp. 197-206). Granada: Grupo Editorial Universitario, 1998
- CORONADO CABRERA; E.y CANTU VALADEZ, Maricarmen “Diagnóstico
- CORONADO, E., CANTÚ, M. & RODRÍGUEZ, C. (2014). Diagnóstico universitario sobre el uso de la TIC en el proceso de enseñanza-aprendizaje bajo la modalidad educativa presencial en Santo Domingo. EDUTEC, Revista Electrónica de Tecnología Educativa, 50 disponible en <http://www.edutec.es/revista/index.php/edutec-e/article/view/225/10>
- COUTIÑO HERNÁNDEZ, OSVALDO y Otros; 24.11.2014-<https://www.gestiopolis.com/innovacion-docente-y-uso-de-las-tics-en-la-ensenanza-universitaria/>
- Fernández Lamarra, N. (2007). LA UNIVERSIDAD EN AMERICA LATINA Y ARGENTINA: PROBLEMAS Y DESAFIOS POLÍTICOS Y DE GESTIÓN. *Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL*, 1 (1), 1-25.
- La Nación; 4-10-2014 disponible en <https://www.lanacion.com.ar/1732540-la-universidad-del-futuro>
- La Nación; 4-10-2014 disponible en <https://www.lanacion.com.ar/1732540-la-universidad-del-futuro>
- La Nación;7-4-2014 disponible en <https://www.lanacion.com.ar/1678665-el-docente-de-transmisor-a-facilitador-del-conocimiento>
- MARADONA, María Fernanda; GUEVARA MARTINEZ, María Federica “Estructuras organizacionales híbridas: trabajador híbrido” (Convocatoria de Incentivos a la Investigación Científica y Técnica 2015-2016)
- Millward Brown Ad Reaction Global Report 2014 disponible en http://www.millwardbrown.com/adreaction/2014/report/Millward-Brown_AdReaction-2014_Global.pdf
- Revista Forbes México, 22/12/2014 disponible en <https://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>.
- RONDEROS, P., VALDERRAMA, A. El Futuro de la Tecnología: una aproximación desde la Historiografía, Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación, Número 5 / Enero - Abril 2003.
- TELEFÓNICA GLOBAL MILLENNIAL SURVEY 2014 disponible en <https://es.slideshare.net/TelefonicaEurope/telefonica-2014-gms-global-master-deck-final-100614?related=1>