



UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
SELLO EDITORIAL

BOLETÍN NO. 38

20 Años

Pensamiento Universitario



UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA



UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
SELLO EDITORIAL

Olga Lucía Díaz Villamizar
Rectora

María del Pilar Jiménez Márquez
Vicerrectora Académica

Jaime de Jesús Méndez Henríquez
Vicerrector Administrativo

*

COMITÉ EDITORIAL

Ana Isabel Mora Bautista
Jefe Oficina de Investigaciones

Juan Alberto Blanco Puentes
Oficina de Investigaciones

Diana Marcela Trujillo Suárez
Oficina de Investigaciones

*

Diseño, diagramación, impresión y acabados

Corrección de estilo

Editorial Scripto S.A.S.

Calle 76 Bis No. 20C – 19 Bogotá, D. C.

*

Oficina de Investigaciones

Pensamiento Universitario No. 38

ISSN: 2619-208X (En línea)

Email:

pensamientouniversitario@unicolmayor.edu.co

www.unicolmayor.edu.co

Imágenes

Blanco-Puentes, 2018

*

Se autoriza la reproducción parcial o total de los textos de este documento siempre y cuando se realice la referencia bibliográfica correspondiente

*

“La información aportada en los artículos es única responsabilidad de los autores, y en nada comprometen a la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, la Oficina de Investigaciones y al Comité Editorial de Pensamiento Universitario”.

Contenido

Editorial.....	1
Juan Alberto Blanco Puentes	
La responsabilidad social empresarial implementada en el sector de la construcción.....	3
Angie Katherine Angulo Hurtado	
Haciendo Ruido	6
Angie Alzate Bermúdez	
Un modelo agroturístico sostenible en la “Finca Sueño Verde”. Vereda Río Negro Sur, en Cáqueza (Cundinamarca)	9
Julián David Chía Moreno Laura Marcela Duitama Ospina	
Análisis del perfil del docente de la Facultad de Administración y Economía en el siglo XXI	12
Diana Marcela Jamaica Peña	
Amos y esclavos de sí mismos: una lucha paradójica contra el neoliberalismo	16
Luisa Fernanda Rivera Rivera	
El Twitter, una posibilidad para la escritura universitaria	19
Nicole Dallan Arias Neira	
Herramienta de gestión de ventajas competitivas del <i>Balanced Scorecard</i>	23
Jeny Rocío Franco Álvarez Gina Paola Rivera Sánchez Jairo Jamith Palacios	
Institución Educativa Distrital La Candelaria, un espacio de construcción colectiva hacia el turismo: sistematización de experiencias dentro del programa CAT en sus diez años	27
Henry Mauricio Frade Merchán Miguel Ángel López Naranjo Edith Jazmine Pardo Roa	
Buenos días, ¿me puede atender?... No, ¡más tarde!	31
Laura Parada	
Análisis del vínculo entre las estrategias comerciales y el incremento de las ventas	35
Leidy Daniela Perdomo Reyes	
Un mundo de bolas. Puesta en marcha de una narrativa audiovisual mediante un corto animado como iniciativa de emprendimiento	39
Daniel Andrés Valbuena Romero David Bernardo Bravo Sáenz Sergio Emir Rozo Díaz	
Regala vida: comparte lo que llevas dentro. Propuesta hipermedia al sistema de donación de sangre de Bogotá	43
Yeni Paola Rodríguez Buitrago	
El primer capítulo de tu vida. Una estrategia educativa para mejorar y motivar el proceso de la lectura a través del diseño digital	48
Paula Alejandra Barreto Garzón José Luis Forero Camacho	
¿Son las corporaciones un mal necesario?	53
Lina Paola Romero Franco	
Estrategias para la producción escrita en inglés mediada por las TIC en los estudiantes del Programa de Tecnología en Asistencia Gerencial	58
Lorena Ángel Santamaría Harold Andrés Chantre Gloria Astrid Moreno Cortés	
Digital Cloud for Designers: Contact me!.....	64
Ingrid Julieth Solano Mesa Viviana Andrea Camargo Díaz Jhon Alejandro Mendoza	
Las “tierras raras”: un monopolio estratégico	71
Andrés Felipe Alvis Rojas	
El desarrollo del lenguaje oral en inglés mediado por las TIC en los estudiantes de Tecnología en Asistencia Gerencial	80
Gloria Astrid Moreno Cortés Jenny Daniela Moreno Sánchez	
Nuevas dinámicas, nuevos resultados.....	88
María Alejandra Collazos Lombo Daniela Escorcía Arias	
Recomendaciones generales para nuestros colaboradores.....	Contracubierta



Editorial

El Programa de Ciencias Básicas de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca realizó, el pasado miércoles 11 de noviembre del 2015, la 1.ª Feria del Saber y la Creatividad. El evento contó con la participación de los docentes del programa y con el apoyo de estudiantes de los diferentes programas académicos inscritos en las Electivas de Complementación Integral. En este sentido, la feria se crea como un espacio para la socialización de las posibilidades que tienen los estudiantes de la Universidad para inscribirse en una o varias de las 60 electivas que se ofrecen en sus cuatro dimensiones: Artística, Axiológica, Cultural y Deportiva.

“El Programa de Ciencias Básicas se encuentra adscrito a la Vicerrectoría Académica, y oferta a los programas disciplinas básicas, mediante componentes temáticos que desarrollan aptitudes y actitudes de investigación, análisis crítico, capacidad de abstracción, formación humanística en valores y expresión artística. Este evento, denominado 1.ª Feria del Saber y la Creatividad, demuestra el interés institucional por fortalecer la formación integral del estudiante, así como visibilizar la creación artística, cultural y axiológica, que coadyuvan a responder a las necesidades y desarrollo del país”; estos fueron algunos de los apartes de las palabras de instalación, a cargo de la Dra. Emilia López L., Vicerrectora Académica.

Por su parte, la profesora Liliana Caycedo Lozano, docente con funciones de dirección del Programa de Ciencias Básicas, entre otros aspectos, resaltó: “Diariamente, y desde el año 2004, el equipo de profesores de nuestro programa contribuye a la formación de los estudiantes en los diferentes campos del conocimiento; somos los encargados de cultivar saberes propios de las ciencias exactas y humanas en las diferentes facultades de nuestra Universidad.

A partir del año 2005, la asignación del Área de Electiva de Complementación Integral amplió nuestra responsabilidad. Desde entonces hemos asumido como bandera el objetivo institucional de la formación integral, y hemos fomentado en los estudiantes valores que se enmarcan en el desarrollo de las diferentes dimensiones del ser huma-

no, con el fin de contribuir a una educación que, respetando las diferencias, potencia la creatividad”.

Y recalcó: “La realización de la 1.ª Feria del Saber y la Creatividad se constituye en un claro ejemplo de que se pueden crear espacios que nos permiten vivenciar lo que se manifiesta en nuestro modelo pedagógico; allí se establece que: la formación orientada hacia la búsqueda de la autonomía de la persona exige la creación de espacios de crecimiento individual y de interacción formativa, creativa y productiva, para que la persona tome conciencia de sí y de su realidad, de sus posibilidades y limitaciones, y asuma, desde su interior, los valores que la circundan vivencialmente y que interpelan su capacidad de afirmación personal, de pertenencia social e identidad cultural. Con lo anterior, se reitera la dimensión ética y práctica de la formación integral. En este aspecto, la educación debe proporcionar el poder de vivir y convivir con los demás, de participar e interactuar humanamente, de saber organizar y conducir la sociedad, de ser solidarios y saber compartir la carga y el sufrimiento inútil de los demás, sin separar de este proceso de formación humana el proceso de formación técnico-científico que generan las ciencias básicas y las tecnologías productivas”.

Para terminar, el profesor Edwin G. Manrique P., docente con funciones de coordinación, se refirió en su intervención a dos escenarios en los que también interviene el programa: “El Centro de Escritura Telar [que] es un espacio del Programa de Ciencias Básicas, estructurado para fortalecer el nivel de escritura y lectura de la comunidad universitaria, mediante el acompañamiento y asesoría en los diferentes niveles de la producción textual. El Plan Institucional de Gestión Ambiental (PIGA) [que] apunta al fortalecimiento de la gestión ambiental dentro de la entidad, a través de acciones como las siguientes: crear espacios de reflexión, formación en temáticas ambientales, líneas ambientales estratégicas, entre otras.

Además de lo anterior, es oportuno mencionar que la feria contó con ocho stands, muestra permanente de obras de teatro (individuales y grupales), presentaciones orales (Aprendizaje Productivo, Oratoria y Redacción Profesional, Travesía por la Paz), intervenciones musicales (Musicoterapia, Guitarra), muestra audiovisual (Musicoterapia), talleres (Origami y Danza Contemporánea), entre muchas otras. Para terminar, desde el Programa de Ciencias Básicas se agradece a toda la comunidad de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca su apoyo y presencia, y lo más importante fue contar con 518 visitantes registrados, que son un indicador numérico del éxito que tuvo la feria, y que anticipa la realización de la 2.ª Feria del Saber y la Creatividad (2016).

Juan Alberto Blanco Puentes
Editor - Oficina de Investigaciones



La responsabilidad social empresarial implementada en el sector de la construcción

Angie Katherine Angulo Hurtado akangulo@unicolmayor.edu.co - Tecnología en Asistencia Gerencial – UCMC

Introducción

El presente proyecto de investigación muestra la realidad de las empresas del sector de la construcción, las cuales están implementando la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en su entorno. Cada vez toma mayor importancia la RSE, ya que lo que pretende es que haya una participación voluntaria por parte de las empresas en los ámbitos sociales y medioambientales, y de esa forma ir más allá, no solo en el cumplimiento de recuperar lo invertido a corto, mediano o largo plazo, sino concientizar a las organizaciones del gremio sobre la interacción activa con su entorno.

Planteamiento

¿Cómo se asume la responsabilidad social empresarial en las pymes del gremio de la construcción en Bogotá?

Objetivo general

Determinar la implementación de la responsabilidad social empresarial en el sector de la construcción y su entorno.

Objetivos específicos

1. Identificar los programas de preservación del medioambiente, contaminación visual y auditiva, y preservación de zonas verdes, en relación con los grupos de interés.
2. Reflexionar sobre el manejo de los escombros, residuos de obra y botaderos certificados por Camacol.
3. Proponer óptimas prácticas de responsabilidad social empresarial, que la Constructora Ospina Asociados S.A.S. puede aplicar para mejorar el impacto de su entorno social.

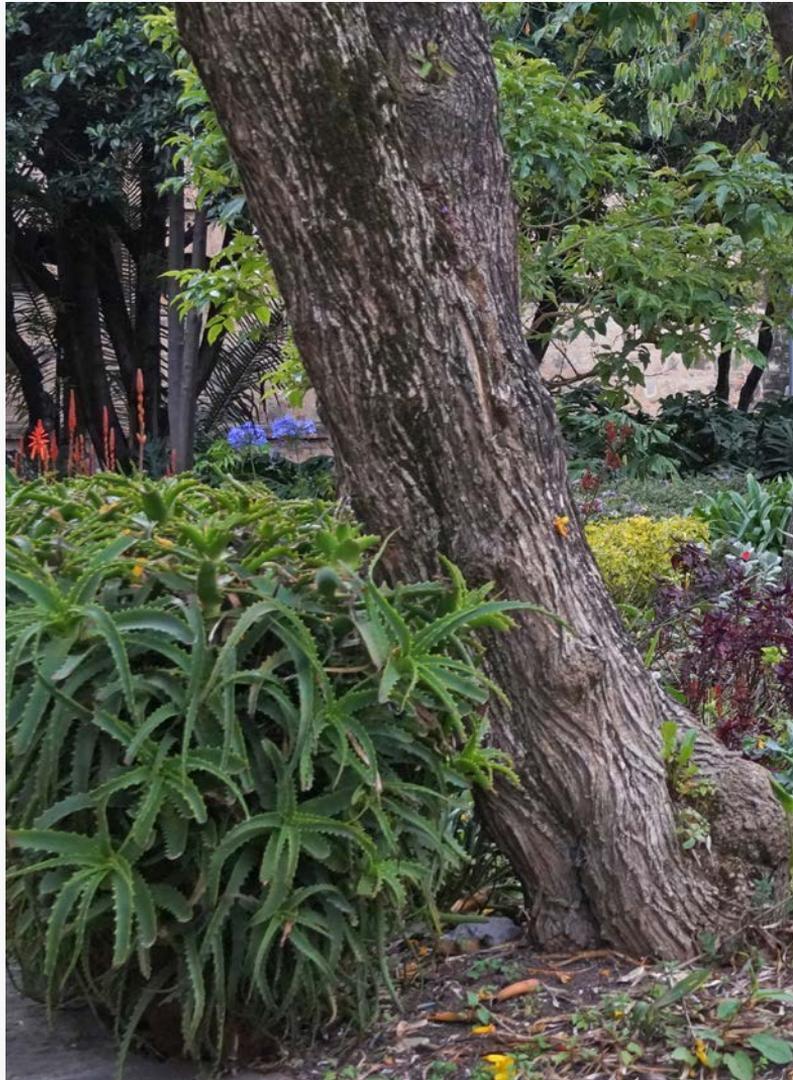
Referente

En el proyecto se manejaron conceptos como:

Responsabilidad social empresarial: es de vital importancia, ya que muestra la imagen de la empresa a la sociedad, todo mediante un entorno globalizado, en el cual se encuentran demandas sociales sobre el desempeño y manejo de las empresas, y el impacto que sus actividades tienen en la sociedad y en el medioambiente (Carapaica, 2009).

El medioambiente: este término concentra todo lo que nos rodea y su entorno, en el que influyen el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos y su interrelación. El medioambiente se extiende desde el interior de una organización hasta el sistema global (Banco de la República).

Grupos de interés: la empresa debe asumir que no solo les debe rendir cuentas a los accionistas, sino que también debe tomar decisiones compartidas con todos los actores sociales de su entorno: empleador, consumidores, medioambiente, comunidad, entre otros; este permite desarrollar una cultura ética empresarial basada en la transparencia, la comunicación y el diálogo (Carapaica, 2009). Camacol: la Cámara Colombiana de la Construcción (Camacol) es una asociación gremial de carácter nacional, sin ánimo de lucro, que reúne a



nivel nacional empresas y personas naturales relacionadas con la cadena de valor de la construcción (Camacol).

Metodología

El tipo de investigación es descriptiva, ya que únicamente se busca describir situaciones que se presentan en el campo investigativo. El autor, Luis Fernando Botero Botero, propone: que en el sector de las construcciones se representen los intereses y se fomente el desarrollo ambiental de las empresas, entidades y personas vinculadas a la cadena de valor de la construcción de edificaciones e infraestructura urbana en Colombia, mediante una gestión enfocada al conocimiento, y esta debe estar certificada por Camacol. La investigación es de tipo cualitativo, ya que se desarrolla a partir de observaciones y percepciones desde diferentes puntos de vista en el sector de la construcción en Bogotá.

Resultados esperados

Los resultados que se esperan están enfocados en que más constructoras se concienticen en implementar la responsabilidad social empresarial y en el manejo de los recursos naturales, ya que estos son fuente de vida. También identificar el uso adecuado de los residuos sólidos y que sean certificados por Camacol, para que a su vez cumplan con las respectivas normas ambientales.

Bibliografía

- Martínez, H. (2005). *El marco técnico de la responsabilidad social empresarial*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Guibert, J. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial: competitividad y casos de pymes* (pp. 21, 55 y 85). Publicaciones Deusto.
- Galán, J. I. (2012). *Reflexiones sobre la responsabilidad social empresarial en el siglo XXI*. España: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Carneiro, M. (2004). *La responsabilidad social interna: nueva frontera de los recursos humanos*. Madrid: Ediciones ESIC.
- Martínez, H. (2011). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Haciendo Ruido

Angie Alzate Bermúdez aalzateb@unicolmayor.edu.co - Diseño Digital y Multimedia – UCMC

Resumen

Según el MinTic¹, la alfabetización digital es el “proceso de formación de competencias básicas para el uso de las TIC relacionadas con el manejo de computadores, *software* de oficina y navegación en internet”. Actualmente existen muchos programas que promueven, desde iniciativas públicas y privadas, tales procesos²; sin embargo, estos aún no han logrado llegar de forma eficaz a la mayoría de las comunidades para las cuales fueron concebidos; por ejemplo, la de pequeños emprendedores, que en su mayoría no conocen estas herramientas tecnológicas ni el potencial que tienen para fortalecer sus emprendimientos. ¿A qué se debe esta situación? ¿Tienen los canales de comunicación suficientes para conocerlas? ¿A qué se debe la falta de participación de estas comunidades? Esta problemática se hace más preocupante si se observan cifras que dan cuenta de que actualmente los grupos de población más vulnerables, con mayores tasas de desempleo en la ciudad de Bogotá, son los jóvenes, con un 17%, y las mujeres, con un 11% (la mayoría de ellas migrantes digitales); estas dos poblaciones son las que encabezan en su mayoría los pequeños emprendimientos. La falta de uso de estas herramientas representa un desaprovechamiento de una gran oportunidad para ampliar las posibilidades de sus negocios, lo cual redundaría en menores ingresos y menor reconocimiento de los microempresarios. Ante esta dificultad de los emprendedores, ¿puede el diseño digital y multimedia contribuir al empoderamiento de estos recursos y, en consecuencia, al fortalecimiento o impulso de sus emprendimientos? A manera de hipótesis explicativa, se puede decir que los emprendedores no hacen uso eficiente de las herramientas que las TIC les ofrecen, básicamente debido al desconocimiento de las mismas, a la falta de formación suficiente en esta área, a la carencia de motivación para hacerlo y al temor que producen estos temas, que por lo general se sienten ajenos, como “cosa de expertos”.

1 Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia.

2 Por ejemplo el Plan de Alfabetización Digital para Emprendedores (PADE), Medellín Digital, Vive Digital, Hogares Digitales, Teletrabajo en la Bogotá Humana y Soy Tic, entre otros.

El proyecto Haciendo Ruido se centra en la población de pequeños empresarios dedicados a las manufacturas artesanales, y tiene el objetivo de crear un canal de comunicación efectivo, que potencialice la comunicación entre estos emprendedores y su público, para lograr que su emprendimiento sea más sustentable en términos económicos, sociales y ambientales. La principal característica de dicho canal sería ofrecer al emprendedor la posibilidad de apropiarse de estos recursos con niveles cada vez mayores de autonomía. Para tal fin se emplea una metodología integradora, poniendo énfasis en una mirada de corte etnográfico, que se inicia con un proceso de reconocimiento del problema mediante la aplicación de encuestas, realización de entrevistas estructuradas y semiestructuradas, y observación participante. Después, empleando fuentes secundarias (bibliografía de referencia), se realiza una fase de conceptualización, seguida de una de interpretación de la información. Tras estas tres etapas se condensan los resultados, para generar un *brief* de diseño que dará pie al producto de diseño propiamente dicho.

El impacto esperado del presente proyecto es contribuir a la necesaria transformación en la mentalidad de los pequeños emprendedores, apuntándole a la alfabetización digital como medio, que a su vez puede afectar de manera positiva otros aspectos de su vida, como su autoestima, confianza y capacidad de innovación, al tener más acceso a la información (alfabetización informacional) y a referentes creativos que aporten a su necesidad y deseo de aprender. Se trata,



en todo caso, de aspectos que trascienden el espectro de lo económico. El proyecto promueve una economía sustentable, en la que las pequeñas productoras de artículos manuales tienen mayor participación en el mercado, lo que aporta valor al producto nacional sobre el importado, fomenta el aprovechamiento de los insumos, promueve una cultura de reciclaje y consumo responsable, otorga nuevas posibilidades para la creación de empleos y nuevos emprendimientos, y permite un medio de difusión de saberes que se transmiten tradicionalmente de forma verbal.

Bibliografía

- Piscitelli, A. (2007). *Inmigrantes digitales vs. nativos digitales*. Recuperado de http://mediavision.com.mx/sites/default/files/19_Nativos-Digitales.pdf
- Prensky, M. (2001). *Nativos digitales, inmigrantes digitales*. Recuperado de <http://recursos.aprenderapensar.net/files/2009/04/nativos-digitales-parte1.pdf>
- Royo, J. (2004). *Diseño digital*. Barcelona: Paidós.
- Nielsen, J. (2011). *Reglas heurísticas de usabilidad*. Recuperado de <http://www.braintive.com/10-reglas-heuristicas-de-usabilidad-de-jakob-nielsen/>
- Norman, D. (2007). *Emotional design*. New York: Basic Books.



Un modelo agroturístico sostenible en la “Finca Sueño Verde”. Vereda Río Negro Sur, en Cáqueza (Cundinamarca)

Julián David Chía Moreno jchia@unicolmayor.edu.co

/ Laura Marcela Duitama Ospina lduitama@unicolmayor.edu.co - Programa de Turismo – UCMC

Este artículo invita al lector a tener una experiencia del turismo en espacios rurales, interactuando con una familia campesina, la cual abre sus puertas de la *Finca Sueño Verde*, donde podrá conocer sus costumbres, tradiciones y actividades del diario vivir.

Este espacio rural se ubica muy cerca de la ciudad de Bogotá, vía al departamento del Meta; se denomina en lengua chibcha como cercado o región sin bosques, por la comunidad indígena muisca que habitó en este territorio, y se conoce como Cáqueza, que se destaca por la diversidad paisajística y el clima templado. La economía se fundamenta en el sector agropecuario.

Después de varias visitas a Cáqueza, los investigadores conocieron al señor Luis Abraham Gutiérrez, propietario de la *Finca Sueño Verde*, ubicada en la vereda Río Negro Sur. El día del encuentro, y después de una entrevista, pudieron identificar el potencial turístico y los procesos sostenibles que se realizan en la finca.

Según Bote Gómez (2007), el turismo rural es una modalidad particular que aporta una estrategia para contribuir al turismo de bajo impacto ambiental y sociocultural, el cual facilita las experiencias que puedan vivenciar los visitantes frente a la comprensión de la realidad en la que viven las comunidades locales (p. 240).

Por esta razón, se involucra la ocupación agrícola con el turismo, que se convierte en una actividad turística alternativa y sostenible en espacios rurales.

Los investigadores tuvieron presentes experiencias agroturísticas en países europeos, como Francia, Austria, Italia y Portugal. En Norteamérica, como Estados Unidos, con la creación del primer parque natural Yellowstone, en 1872. En Latinoamérica y en México, especialmente en la península de Yucatán, se ha realizado un proyecto denominado ecoarqueología; allí se involucra a la comunidad indígena Maya.



En Colombia, con la creación de parques temáticos, como Panaca y el Parque del Café, en Quindío, se resalta la cultura cafetera, y en la zona rural de Bogotá, en las localidades de Usme y Ciudad Bolívar, se ha implementado un turismo rural comunitario en fincas temáticas. De esta manera se resaltan los espacios rurales como agroturísticos.

Según Shaerer y Sirven (2001), el agroturismo, como un tipo de turismo que incorpora las actividades agropecuarias, combina todos los elementos tradicionales del campo, los cuales permiten conocer el modo de vida rural, y posibilitan que el visitante se involucre con la familia residente del predio y tenga una participación directa en la actividad

agrícola. Con base en lo anterior, surgió la propuesta de un modelo agroturístico sostenible en la *Finca Sueño Verde*, como una alternativa de turismo para conocer la cultura de la familia campesina, sus procesos sostenibles y su forma de vivir (p. 40).

En la finca se encuentran diversos cultivos, como hortalizas, tubérculos y frutales, y la cosecha del café. El visitante tiene la experiencia de cosechar los productos de una manera sostenible, aprende el cultivo de semillas nativas y policultivos, y conoce cómo aprovechar el uso del suelo de una manera sostenible. Los procesos sostenibles que se realizan en la finca son el compostaje, la lombricultura, el biodigestor casero y el tratamiento de aguas residuales.

Los investigadores consideran que es importante lograr el equilibrio ambiental, social y turístico en la *Finca Sueño Verde*, donde se genera un ambiente de respeto por la cultura campesina y el entorno natural por parte de los visitantes.

Para el cumplimiento de la propuesta se aplicó la metodología de investigación holística planteada por Hurtado (2002), observando al municipio de Cáqueza de manera general a lo particular, y como objeto de estudio la *Finca Sueño Verde*. El tipo de investigación es proyectiva con enfoque cualitativo, y se implementan instrumentos de recolección de información, como diarios de campo, entrevistas y taller de cartografía social.

NIVEL	OBJETIVO	TIPO DE INVESTIGACIÓN
Perceptual	Explorar Describir	Investigación exploratoria Investigación descriptiva
Aprehensivo	Analizar Comparar	Investigación analítica Investigación comparativa
Comprensivo	Explicar Predecir Proponer	Investigación explicativa Investigación predictiva Investigación proyectiva
Integrativo	Modificar Confirmar Evaluar	Investigación interactiva Investigación confirmatoria Investigación evaluativa

Tabla 1. Niveles de la investigación holística
Fuente: Hurtado de Barrera, 2002, p. 89

De acuerdo con la tabla 1, cada nivel presenta un objetivo, y cada objetivo tiene un tipo de investigación. Para este caso, los investigadores terminaron el proceso en el nivel comprensivo, con el objetivo de proponer, y el tipo de investigación proyectiva, buscando soluciones alternativas para el beneficio de la familia campesina.

Finalmente, los investigadores invitan a la comunidad, tanto la del sector urbano como la del rural, a vivir una experiencia de las actividades del campo que realiza la familia campesina, con el fin de dar una enseñanza para conservar los recursos naturales y generar ambientes sostenibles.

Bibliografía

- Bote Gómez, V. (2007). *Turismo en espacio rural* (Z. C. Manuel, Ed.). México: Trillas.
- Hurtado de Barrera, J. (2002). *El proyecto de investigación holística* (vol. I). Caracas, Venezuela: Cooperativa Editorial Magisterio.
- Shaerer y Sirven, J. Y. (2001). *Turismo rural en Chile. Experiencias de agroturismo en las regiones del Maule, la Araucanía y Los Lagos, Red de Desarrollo Agropecuario*. Unidad de Desarrollo Agrícola, División de Desarrollo Productivo y Empresarial, Naciones Unidas. Santiago de Chile, Chile.



Análisis del perfil del docente de la Facultad de Administración y Economía en el siglo XXI

Diana Marcela Jamaica Peña djamaica@unicolmayor.edu.co - Tecnología en Asistencia Gerencial – UCMC

Introducción

El fenómeno de la globalización como elemento influyente de nuestra sociedad, también ha permeado el sistema educativo de las universidades, que por muchos siglos se mantuvo casi inmóvil. Por lo tanto, es necesario que los docentes universitarios sean coherentes con los desafíos que esto impone. Al mismo tiempo, el acelerado proceso de avances tecnológicos, principalmente en las telecomunicaciones, hace que las universidades se adapten a este nuevo entorno y los utilicen para ejecutar su actividad principal: educar estudiantes que respondan a las necesidades futuras del entorno.

Planteamiento

¿Cuál es el perfil del docente para responder a los desafíos que encierran los fenómenos de la globalización y las nuevas tecnologías en el siglo XXI?

Objetivo general

Establecer el perfil del docente de la Facultad de Administración y Economía de la UCMC, que responda a las competencias que se requieren en la educación del siglo XXI.

Objetivos específicos

- Describir el perfil actual de los docentes de la Facultad de Administración y Economía de la UCMC.
- Reconocer las exigencias y retos del docente en el siglo XXI en Colombia, y a su vez en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
- Comparar el perfil actual con las necesidades de formación del docente del siglo XXI.

Referente

En este aspecto, se desarrollarán los conceptos más importantes para el análisis, desarrollo y consulta del proyecto de investigación, como son:

Talento humano. En el contexto antiguo, el término *recursos humanos* significaba como la persona o el instrumento de una organización para lograr el éxito; se consideraba como el capital principal, el que poseía habilidades y características en la compañía. Por esta razón, el nombre fue cambiado por el de *talento humano*. Chiavenato dice que la *globalización* es un proceso económico, tecnológico, social y cultural, el cual consiste en la comunicación e interpretación entre varios países, a través de transformaciones de un carácter global. En la educación superior del siglo XXI, se ha marcado en la historia como el comienzo de avances científicos y tecnológicos con una expresión en las telecomunicaciones, ya que acontecen transformaciones que obedecen a una tendencia integral y disciplinaria.

Perfil docente. El docente debe apreciar su propia condición como una importante función social, y asumir su ejercicio no por necesidad o porque no se puede hacer otra cosa, sino por vocación. Esta profesión no goza de un alto estatus social, y mucho menos de una adecuada remuneración. En los entornos socioeconómico y sociocultural son importantes sus características y diferencias entre los países en vías de desarrollo, sus sistemas de productos, estructura social, el crecimiento de actividades profesionales, las actualizaciones de las formas de un contexto y las necesidades en el ámbito universitario. Principalmente se consultarán autores como Laura Mota Díaz, José Luis Cisneros, Enrique Neira Fernández, Miguel A. Zabalza, Idalberto Chiavenato, Robert Mathis y John Jackson.

Metodología

El proyecto de investigación es descriptivo; en él se utilizan observaciones técnicas y recolección de información, para así poder llegar a comprobar explicaciones y determinaciones de hipótesis, y alcanzar la información requerida. Tenemos la recolección de información de fuentes primarias, como encuestas a los docentes de la facultad, y fuentes secundarias, como consulta de libros, artículos referentes al tema de investigación, entre otros.

Resultados esperados

En este proyecto de investigación conoceremos los elementos coyunturales de cambio, que están generando impacto en las instituciones educativas. Identifi-



caremos cuáles son los desafíos que la globalización y las nuevas tecnologías tienen en el campo de la educación, y por último, se desarrollará un nuevo perfil del docente de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, que involucre las competencias informacionales para responder a las exigencias de los estudiantes y del entorno del siglo XXI.

Bibliografía

- Chiavenato, I. (2011). *Administración de los recursos humanos*. México: McGraw-Hill.
- Mathis, R. L. & Jackson, J. (2003). *Fundamentos de administración de recursos humanos*. México: Ed. Thomson.
- Mota D., L. & Cisneros, J. L. (2004). *La educación superior en América Latina*. Disponible en <http://www.librosenred.com/libros/laeducacionsuperiorenamericatatinaglobalizacionexclusionypobreza.html>
- Neira F., E. *Perfil del buen docente universitario* [mensaje en blog]. Disponible en <http://webdelprofesor.ula.ve/cjuridicas/neirae/pdf/ensayos/8docenteuniversitario.pdf>
- Zabalza, M. A. (2007). Competencias docentes del profesorado universitario, calidad y desarrollo profesional. Disponible en https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=ho6AanfMHy8C&oi=fnd&pg=PA7&dq=perfil+docente+universitario&ots=NpO_3r7N3L&sig=ePONBfpcbP0erSCZjTMMSkKzlyE#v=onepage&q=perfil%20docente%20universitario&f=falsebooks?hl=es&lr=&id=ho6AanfMHy8C&oi=fnd&pg=PA7&dq=perfil+docente+universitario&ots=NpO_3r7N3L&sig=ePONBfpcbP0erSCZjTMMSkKzlyE#v=onepage&q=perfil%20docente%20universitario&f=false



Amos y esclavos de sí mismos: una lucha paradójica contra el neoliberalismo

Luisa Fernanda Rivera Rivera lfernandarivera@unicolmayor.edu.co - Programa de Economía – UCMC

Cuando somos conscientes del mundo de hoy, toleramos los múltiples riesgos que sufrimos al enfrentarnos a un sistema económico poderoso que ha sido resiliente por mucho tiempo: el capitalismo. Con él vienen múltiples consecuencias, como políticas neoliberales que, mal o bien, han sido practicadas y aplicadas en la mayoría de los países del mundo entero; sin embargo, no todo lo que trae el capitalismo está forrado en una capa de invisibilidad mundial. Por otra parte, cada uno de nosotros es tocado de manera individual por el sistema capitalista.

En un sistema de dominación en el que el pez gordo y grande se come al chico y en el que aplicamos la ley “del más fuerte sobrevive”, estamos dispuestos a sufrir cambios en nuestra personalidad y en nuestro patrón de comportamiento. El sistema capitalista se ha hecho más fuerte, pues sabe cómo operar en cada uno de nosotros, estudiando minuciosamente nuestros intereses individuales para apartarnos así de la sociedad.

Muchos pueden hablar del sistema capitalista como una especie de embudo opresor, pero más allá de ver al capitalismo con ojos resentidos, debemos predicar de manera objetiva cómo ha sobresalido por su comportamiento sagaz y eficiente, pues ya no se presenta como la manzana dañada del cesto, sino como la apetitosa y jugosa manzana, ya que su increíble capacidad camaleónica para seducirnos ha producido que nosotros mismos hayamos hecho del sistema capitalista un gigante indestructible. Hoy, cada individuo posee intereses personales, cada uno es opresor de sí mismo o de otro, poseemos el chip de la autodestrucción y el autoflagelamiento, la lucha de clases sociales va dentro de nosotros, pues siempre queremos estar en el trono, y la competitividad que está inmersa en el mercado hace que cuestionemos nuestro comportamiento, antes que el de la sociedad.

Muchos de estos problemas citados anteriormente han llevado a que la sociedad y el individuo se aisle, el sistema a su paso crea múltiples tecnologías que nos agobian día a día con su irresistible innovación, lo que ha causado que el individuo genere una

inestabilidad personal que evoluciona constantemente. Dentro de los problemas que crea el capitalismo se encuentra el síndrome Burnout, cuya “definición más aceptada hoy en día es la propuesta por Maslach y Jackson en 1981, quienes consideran que el síndrome es una forma inadecuada de afrontar un estrés emocional crónico cuyos rasgos principales son el agotamiento emocional, la despersonalización y la disminución del desempeño personal”.

El constante agobio social, la competencia personal por permanecer en el mercado y la constante búsqueda de riqueza en un trabajo que nos permita poseer comodidades y satisfacer necesidades que hemos soñado desde siempre, hace que busquemos una constante utopía laboral y económica. Desde que Maslach y Jackson en 1981 se percataron de la aparición del síndrome por causa de la gran exigencia de las empresas al capital humano, se dieron cuenta de un cambio de comportamiento en la población productiva de los países desarrollados, pues padecían de “agotamiento emocional, despersonalización y bajos sentimientos de realización personal” (Ortega-Bayón).

Las grandes empresas, gracias a la alta competitividad entre ellas, se ven obligadas a cumplir con las exigencias del mercado, por lo que incrementan su productividad y se aprovechan de los intereses del personal para poder cumplir sus expectativas económicas, reducir costos y sobrepasar a la competencia. Los individuos, en busca de esa felicidad económica, ponen en juego su salud y estabilidad mental al ser portadores de estrés crónico o síndrome de Burnout. Ante esta situación, algunas empresas están reaccionando positivamente frente al problema que aqueja sus entrañas y a su capital humano, pues creen que en la comodidad y en la tranquilidad del trabajador están los altos rendimientos. Por esta razón, llevan a cabo programas de salud con los cuales pretenden mitigar y tratar este agotamiento laboral que tanto daño causa a grandes poblaciones de países desarrollados, como China, donde la alta tasa de suicidios preocupa a la Organización Mundial de la Salud.

Cuando vemos los estragos que puede causar un ritmo de vida acelerado, al cual nos ha llevado el capitalismo, podemos ver que estamos dispuestos a sufrir riesgos modernos; no obstante, día tras día estamos preparados para apoderarnos de esos riesgos, para poseer bienes materiales, dinero, estabilidad económica y posición social; sin embargo, también estamos dispuestos a ser esclavos y dueños de nosotros mismos, de adaptarnos al entorno económico que nos plantean, de ser paradójicamente inmorales al criticar un sistema que nos disgusta, pero a la vez nos da todo para comprar lo que nos gusta, eso sí, arriesgando nuestra salud, nuestras expectativas y, sobre todo, nuestra tranquilidad.

Bibliografía

- Méndez V., J. (2004). Estrés laboral o síndrome de “burnout”. *Acta Pediátrica de México*, 25 (5): 299-302.
- Maslach, C., Jackson, S. E. (1981). The measurement of experienced Burnout. *J Occupational Behavior*, 2: 99-113.
- Gutiérrez A., G. A., Celis L., M. A., Oreno J., S., Farias S., F., Suárez C., J. J. (2006). Síndrome de burnout. *Arch Neurocién (Mex)*, vol. 11, N.º 4: 305-309. Recuperado de <http://www.medigraphic.com/pdfs/arcneu/ane-2006/ane064m.pdf>
- González R., J. E., Aristizábal A., A., López S., M. R., Valencia M., A., Montoya S., S. A., Agudelo L., R. D. (s.f.). El síndrome de *burnout* en el desempeño laboral. Recuperado de <http://repositorio.ucm.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10839/629/Jairo%20E%20Gonzalez%20Ramirez.pdf;jsessionid=B8CC3958A67CC4074E59F6A3F08201E3?sequence=1>





El Twitter, una posibilidad para la escritura universitaria

Nicole Dallan Arias Neira nicolearias27@gmail.com - Tecnología en Asistencia Gerencial – UCMC

Introducción

El proyecto es de carácter exploratorio-descriptivo, porque pretende evaluar la escritura de los tuits que hacen los universitarios, para proyectar mecanismos y estrategias textuales para la composición normativa que fortalezcan el buen escribir en esta red.

Planteamiento

¿Cómo aprovechar los textos que hacen los universitarios en el Twitter para mejorar procesos de escritura?

Objetivo general

Reconocer la forma como los universitarios están escribiendo tuits, mediante la recolección de textos que permitan ofrecer una propuesta para mejorar la escritura a través de la red social.

Objetivos específicos

Fundamentar conceptualmente la plataforma Twitter desde su aparición como red social, su evolución y usos actuales. Valorar la forma como escriben tuits los universitarios de algunas instituciones públicas y privadas. Diseñar una propuesta para fortalecer la escritura digital desde la producción de tuits en la red.

Referente

La investigación se fundamenta en cuatro ejes conceptuales que, en su interacción, posibilitan el estudio analítico, crítico y propositivo de las escrituras emergentes, producto de los avances de las tecnologías de la información y la comunicación.

En primer lugar, se tendrá en cuenta los cambios introducidos en las escrituras académicas con el avance de las tecnologías de la palabra; en segunda instancia, se presenta el análisis discursivo propuesto por la lingüística para el examen de los tipos textuales electrónicos; en tercer lugar, se exponen los rasgos del tuit como tipo textual híbrido con un gran potencial textual para la academia; en cuarto lugar, se determina la didáctica crítica como una opción pedagógica pertinente para plantear una propuesta de uso del tuit con fines académicos. Diversos autores nutrirán la conceptualización, entre ellos: Ong, Walter J., De Saussure, Ferdinand, Balaguer, Roberto, Prensky, Marc., Mayans Planells, Joan, Flower, Linda y John R. Hayes, Chartier, Roger, Calvo Revilla, Ana María.

Metodología

Este proyecto es una investigación de carácter exploratorio-descriptivo, porque toma como referencia los tuits escritos por estudiantes hacia la universidad a la que pertenecen (un total de 60 tuits). Estos poseen gran diversidad de contenido e hipertextos, como videos, imágenes y todo tipo de links como informativos, de denuncia, felicitación, expresión de sentimientos, apoyo ideológico, entre otros. Todo ello logrado por medio de no más de 140 caracteres. Luego, a la luz gramatical y de la lingüística, se aplicarán unas rejillas evaluativas que posibilitarán tener



un diagnóstico lingüístico sobre la escritura de los diversos tuits, para proyectar posibles estrategias que permitan mejorar la redacción de dichos textos desde la normativa española.

Resultados esperados

Los resultados de este ejercicio investigativo de aula pretenden, a corto plazo, ser el preámbulo de un proyecto, en estricto sentido, que pueda evaluar un gran número de tuits y fundamentar la descripción de un corpus que represente un estado del arte sobre la forma como están escribiendo los universitarios en esta red social. Luego se pretende formular una propuesta didáctica que permita mejorar la redacción y escritura de estos textos de gran impacto hoy en internet, como un medio de socialización a problemáticas de toda índole, pero que para el caso va dirigido a la educación superior de Colombia.

Bibliografía

- Balaguer, R. (2005). "El chat y el MSN: instrumentos de entrenamiento en comunicación para tiempos de incertidumbre y baja atención". En: www.Cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art209
- Benveniste, E. (1981). *Problemas de lingüística general*. Dos tomos. México, D. F.: Siglo XXI.
- Blanco R., M. J. (2002). "El chat: la conversación escrita". En *Estudios de lingüística*, N.º 16. Departamento de Filología Española, Lingüística General y Teoría de la Literatura, Universidad de Alicante.
- Brenca, R. M. (1996). "Cuando la oralidad y la escritura entran en conflicto". Ponencia al III Congreso Internacional Latinoamericano de Semiótica, IV Congreso Brasileño de Semiótica, Pontificia Universidad Católica de San Pablo, Brasil.
- Calvo R., A. M. (2002). "Cambios lingüísticos ante el proceso de innovación tecnológica de la comunicación digital". *Especulo*. Revista de estudios literarios, 20. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en <http://www.ucm.es/info/especulo/numero20/digital.html>
- Casco, M. (2005). "Competencia comunicativa de los estudiantes universitarios y afiliación discursivo-institucional". Tesis para optar al título de Magíster, Instituto Caro y Cuervo, Bogotá, D. C.
- Cassany, D. (2010). "Lectura y escritura en la red. La mirada de Daniel Cassany". Jornada Internacional de Educación, Lenguaje y TIC. Instituto de Políticas Culturales de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF). Buenos Aires. Disponible en

<http://portal.educ.ar/debates/protagonistas/ciencias-sociales/daniel-cassany-en-la-jornada-i.php>Chartier, R. (2000). *Las revoluciones de la cultura escrita*. Barcelona: Gedisa.

De Saussure, F. (1975). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Losada.

Prensky, M. (2001). *Digital game-based learning. Aprendizaje basado en juegos digitales*. New York, NY: McGraw-Hill. Disponible en <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOSEINMIGRANTES DIGITALES.pdf>

Real Academia Española (RAE) (2011). *Diccionario de la lengua española (DRAE)* (22.ª edición, con avances hacia la 23.ª). Disponible en: <http://www.rae.es/RAE/Noticias.nsf/Home?Read Form>. Madrid: RAE Calpe.

Mayans P., J. (2000). "El lenguaje de los *chats*: entre la diversión y la subversión". Fuente original: *Revista iWorld*, 29 (julio de 2000): 42-50. _____ (2005). NetValue. "¿Qué hacen los jóvenes mexicanos en internet?". 10 de mayo del 2005.

Tascón, M. y Abad, M. (2011) *Twittergrafía. El arte de la nueva escritura*. España: Cataratamateria.

Ong, Walter J. (1982/1993). *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. Buenos Aires: FCE.



Herramienta de gestión de ventajas competitivas del *Balanced Scorecard*

Jeny Rocío Franco Álvarez jfranco@unicolmayor.edu.co / Gina Paola Rivera Sánchez paosan-65b@hotmail.com
/ Jairo Jamith Palacios risiucmc@unicolmayor.edu.co - Tecnología en Asistencia Gerencial – UCMC

Introducción

En un mundo cambiante, lleno de retos, es necesario desarrollar e implementar un conjunto de estrategias orientadas al crecimiento y desarrollo del conocimiento, involucrando actividades y procesos enfocados a fortalecer la competitividad a través de recursos humanos. Entre las diversas herramientas que contribuyen al direccionamiento estratégico empresarial encontramos el *Balanced Scorecard*. En el presente trabajo buscamos implementar a futuro dicha herramienta, como factor de mejoramiento encaminado al monitoreo integral y seguimiento de la gestión estratégica de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca en el programa Tecnología en Asistencia Gerencial Presencial, a partir de indicadores que se ajustan a la institución.

Planteamiento

¿Cómo establecer herramientas de gestión y control en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca en el programa Tecnología en Asistencia Gerencial Presencial con el *Balanced Scorecard*?

Objetivo general

Evaluar el marco estratégico institucional de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca por medio de la herramienta de gestión y control denominada *Balanced Scorecard*, con el fin de ofrecer ventajas competitivas a la institución.

Objetivos específicos

- Plantear el modelo *Balanced Scorecard* al plan estratégico de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca en el programa Tecnología en Asistencia Gerencial Presencial.

- Diseñar el modelo *Balanced Scorecard* para identificar ventajas competitivas del programa.
- Desarrollar el modelo *Balanced Scorecard* para la toma de decisiones en el Programa Tecnología en Asistencia Gerencial Presencial.

Referente

Balanced Scorecard: a principios del siglo XX, ingenieros en empresas innovadoras desarrollaron tableros de control que combinaban indicadores financieros y no financieros. Durante los años 70, la herramienta de moda era *tableau de bord*, el cual incorporaba diversas ratios para el control financiero. Con el paso del tiempo la evolución de la herramienta combinó otras ratios, que permitían un mejor control de los negocios. Se afirma que la idea de utilizar un conjunto de indicadores para obtener información de gestión es un antecedente que recoge el concepto de mando integral o *Balance Scorecard* (Dávila, 1999). El *Balanced Scorecard* fue desarrollado posteriormente por el profesor de Harvard Robert Kaplan, y por el consultor empresarial David Norton (David, 2000).



Inteligencia de negocios: en 1989, Howard Dresner, un investigador de Gartner Group, popularizó el acrónimo de “BI” (*Business Intelligence* o inteligencia de negocios), para indicar el conjunto de conceptos y métodos para mejorar la toma de decisiones en los negocios, utilizando sistemas de apoyo basados en hechos (Españeira, Sheldon y Asociados, 2008). La inteligencia de negocios es la capacidad de aprehender las relaciones mutuas de los hechos presentados de una manera tal, que orienta la acción hacia una meta deseada (Luhn, 1958). El objetivo primario de la inteligencia de negocios es contribuir a la toma de decisiones, que mejoren el desempeño de la empresa y promover su ventaja competitiva en el mercado (Ayala).

Metodología

La investigación es de tipo cualitativa, ya que se inicia con la búsqueda de los temas pertinentes en libros y artículos, los cuales ayudan al enfoque del proyecto, revisando así el marco estratégico de la institución y realizando comparaciones de los puntos que toma el *Balanced Scorecard* para diseñar la respectiva modificación. Herramientas: en el proyecto, la metodología que se trabaja es la de Kaplan, quien se enfoca en cuatro perspectivas:

- **Perspectiva aprendizaje y desarrollo:** se sustenta y hace sostenible el desempeño que deben tener los procesos de la organización.
- **Perspectiva financiera:** objetivos a largo plazo, vinculados a la secuencia de acciones que deben desarrollar los procesos financieros, los clientes, los procesos internos, la gestión humana, la gestión de la tecnología y de la información.
- **Perspectiva de procesos internos:** se definen los estándares de desempeño que la organización requiere para sus procesos, a fin de lograr los objetivos de las perspectivas clientes y financiera.
- **Perspectiva clientes:** tiene que ver con la definición del segmento de mercado que la organización atenderá y con la definición del tipo de posicionamiento que espera lograr.

Resultados esperados

Mejorar significativamente el sentido de pertenencia por medio del desarrollo de la herramienta de control, para así crear ventajas competitivas en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Bibliografía

- Ballvé, Alberto M. (2007). *Tablero de control. Organizando información para crear valor*. Emecé - Planeta.
- Ballvé, A. y Dávila, A. (2000): "Microsoft Latin America". Caso Harvard Business School, Boston.
- Drucker, P. (1985). *La gerencia. Tareas, responsabilidades y prácticas*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Eccles, Robert G. (1991). *The Performance Measurement Manifesto*. Harvard Business School Publishing. DOI: 10.1225/91103.
- Kaplan, R. S. y Norton, D. P. (1992). *The balanced scorecard - Measures that drive performance*. Harvard Business Review, enero-febrero.
- Johnson, H. T. y Kaplan, R. S. (1986). *Relevance lost: The rise and fall of management accounting*. Harvard Business School Press.
- Kaplan, R. S. y Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating strategy into action*. Boston: Harvard Business School Press.
- Narayanan, V. G. y Ballvé, A. (2002). Andina Bottling Co., Caso 9-102-040. Boston: Harvard Business School. http://www.wolnm.org/apa/articulos/inteligencia_negocios.pdf http://docsetools.com/articulos-noticias-consejos/article_126723.html. Tablero de Comando en Iberoamerica/Club. Tablero de Comando en colaboración con Mario Héctor Vogel.



Institución Educativa Distrital La Candelaria, un espacio de construcción colectiva hacia el turismo: sistematización de experiencias dentro del programa CAT en sus diez años

Henry Mauricio Frade Merchán hfrademerchan@gmail.com / Miguel Ángel López Naranjo miglelop@hotmail.com
/ Edith Jazmine Pardo Roa ejazmine.pardo@outlook.com - Programa de Turismo – UCMC

En el año 2005, a través del Viceministerio de Turismo, y avalado por la Organización Mundial del Turismo, se creó el Programa Nacional Colegios Amigos del Turismo (PNCAT), con el fin de que “las instituciones vinculadas a la Red Nacional de Colegios Amigos del Turismo formen estudiantes sensibilizados frente a la importancia y los riesgos sociales, ambientales, culturales y económicos del turismo, generando un conocimiento y una aplicación de la ética para el sector, forjando una sociedad capaz de enfrentar y actuar ante sí misma y ante otras sociedades con responsabilidad” (MINCIT, 2015).

Dentro de esta iniciativa se llevó a cabo un pilotaje que tuvo en cuenta a la Institución Educativa Distrital La Candelaria, debido a los antecedentes que presenta el colegio sobre las actividades que realizan de apropiación territorial y reconocimiento de recursos turísticos. Asimismo, se evidenciaron las potencialidades de hacer investigación en el colegio, debido a su ubicación estratégica, enmarcada dentro de la localidad 17 de La Candelaria, como epicentro histórico y cultural de la ciudad de Bogotá.

La Institución Educativa Distrital La Candelaria, desde que se articuló al programa Colegios Amigos del Turismo en el año 2006, ha tenido grandes iniciativas con la educación en turismo. Este ha sido evaluado de manera constante; sin embargo, luego de diez años no ha tenido un análisis constructivo y un mayor reconocimiento por parte de la comunidad educativa, ya que no existe un levantamiento de experiencias basado en un método que muestre la evolución y el desarrollo de la institución, hecho que ha generado en la comunidad educativa un desconocimiento por el proceso que ha tenido el colegio con el programa CAT.

Con base en lo anterior, se propuso una sistematización de las experiencias educativas de la institución, teniendo en cuenta que no es la simple y lineal recolección de información, sino que es una metodología de investigación y trabajo de campo con los actores involucrados en las experiencias que se pretende sistematizar. Tal como lo plantea Óscar Jara, “en el campo de la educación popular y de trabajo en procesos

sociales, la sistematización se utiliza en un sentido más amplio, referido no solo a datos o informaciones que se recogen y ordenan, sino a obtener aprendizajes críticos de las experiencias. Por eso, no decimos solo ‘sistematización’, sino ‘sistematización de experiencias’ ” (Jara, 2013, p. 3).

Al considerar que la sistematización es un conjunto de pasos metodológicos que permiten reconstruir las experiencias para realizar un análisis crítico, la investigación se enfocó en la reconstrucción y levantamiento histórico del proceso que ha tenido la institución durante los diez años adscritos al programa Colegios Amigos del Turismo (CAT). De esta manera, se tuvieron en cuenta actividades académicas importantes realizadas por el colegio, las cuales se organizaron en fichas y formatos propuestos por la metodología de Óscar Jara Holliday, la que se basa en cinco tiempos para la sistematización de experiencias.

Por otro lado, se tuvo en cuenta la opinión y experiencias de docentes y estudiantes como actores fundamentales en el proceso de recolección de información. El trabajo con los docentes se enmarcó en la recolección de información de percepciones de las experiencias vividas durante sus labores en la institución, cuyo propósito fue evidenciar sus diversas opiniones, ya fuesen de Cátedra Candelaria o eje transversal¹, lo que dio como resultado la identificación de las debilidades y fortalezas del programa; así mismo, con los estudiantes se adelantaron diálogos de saberes y experiencias en torno al programa y su percepción de su desarrollo en la institución. Esto nos permitió reconocer las experiencias positivas y negativas que se deben tomar en cuenta para mejorar el cumplimiento de los objetivos del programa en el colegio.

En la investigación se determinaron hallazgos importantes dentro del proceso evolutivo del colegio La Candelaria adscrito al programa CAT, que fueron analizados de manera crítica y evaluativa. Uno de estos aspectos positivos que arrojó la investigación reconoce el enfoque que tiene la Cátedra Candelaria para potenciar los emprendimientos de los estudiantes, aprovechando los recursos con los que cuenta la localidad de La Candelaria, siendo el programa CAT y la Cátedra precursores de este lineamiento, en el que los estudiantes dentro de las clases pueden empezar a desarrollar su proyecto de vida.

1 En la Institución Educativa Distrital La Candelaria, debido a la articulación con el programa CAT y la modificación de su PEI, con énfasis en torno al turismo y patrimonio, se hace un eje transversal, en el cual dentro de sus materias básicas se vea inmerso el turismo y el patrimonio.

La Institución Educativa La Candelaria ha tenido grandes avances desde que se adscribe al programa CAT; sin embargo, después de pasar diez años basados en los resultados de la investigación se llega a la conclusión de que aún existen falencias en la percepción que tiene la comunidad educativa frente al programa CAT y la Cátedra Candelaria, por lo cual se reafirma la problemática central del trabajo de grado, en donde al no existir un análisis crítico de todas esas experiencias, el colegio no va poder seguir evolucionando, sino que va tener un retroceso. Por ende, la investigación desarrollada en este documento responde a una necesidad que tiene el colegio frente al reconocimiento del proceso por parte de la comunidad educativa.



Bibliografía

- Barnechea G., M. M., Morgan T., M. (2007). *El conocimiento desde la práctica y una propuesta de método de sistematización de experiencias* (pp. 1-15). Pontificia Universidad Católica del Perú. Escuela de Graduados. Maestría en Sociología. Lima.
- Instituto Distrital de Turismo (2013). *Formando en turismo: Cartilla Programa Colegios Amigos del Turismo*. Alcaldía Mayor de Bogotá, Bogotá Humana. MINCIT. Viceministerio de Turismo. Programa Colegios Amigos del Turismo [en línea]. <<http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=16448>>
- Jara, O. (2013). *Orientaciones teórico-prácticas para la sistematización de experiencias* (p. 3). Biblioteca Electrónica sobre Sistematización de Experiencias. Costa Rica. Recuperado de: <www.cepalforja.org/sistematizacionm>
- Jara, O. (2001). Dilemas y desafíos de la sistematización de experiencias: seminario (pp. 1-8). En: Seminario ASOCAM: Agricultura Sostenible Campesina de Montaña (Cochabamba).
- Pérez M., Á. M. (2010). Propuesta PNCAT, texto de construcción contextual y conceptual sobre el campo de conocimiento(s) del turismo. En: Ponencia CAT-IDT. La recreación, la lúdica y el tiempo libre, ejes del Programa Colegios Amigos del Turismo - Bogotá, presentación de la experiencia. VI Simposio Nacional de Investigación y Formación en Recreación.



**Buenos días, ¿me puede atender?...
No, ¡más tarde!**

Laura Parada ljparad@unicolmayor.edu.co -Tecnología en Asistencia Gerencial – UCMC

Introducción

Este proyecto, de carácter exploratorio-descriptivo, pretende evaluar el servicio que presta el personal administrativo de las diferentes dependencias a los docentes y estudiantes del programa de Tecnología de Asistencia Gerencial, Facultad de Administración y Economía. Para ello se busca, desde un marco teórico relacionado con el servicio al cliente, indagar mediante una encuesta descriptiva los factores claves de atención que brinda el personal administrativo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Planteamiento

¿Cómo evalúan los docentes y estudiantes del programa de Tecnología de Asistencia Gerencial, Facultad de Administración y Economía, el servicio al cliente que brindan las dependencias de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca?

Objetivo general

Evaluar el servicio de atención al cliente que reciben los estudiantes y docentes del Programa de Tecnología en Asistencia Gerencial de la Facultad de Administración y Economía, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, mediante la recolección de sus opiniones, con el fin de proponer un posible protocolo del servicio.

Objetivos específicos

Fundamentar conceptualmente lo que implica el servicio al cliente en una entidad pública. Reconocer la valoración que hace la comunidad universitaria objeto de estudio, sobre el servicio de atención que reciben de la universidad. Formular un protocolo de atención al público de acuerdo con los resultados obtenidos para proponerlo a la universidad como un posible apoyo administrativo.

Referente

Para la investigación se ha trabajado con los postulados de los siguientes autores: Karl Albrecht & Ron Zamke, autores del libro *Gerencia del servicio*, escrito en 1987 y publicado por editorial Legis. Esta obra es el faro en el mar para entrar al mundo del servicio, ya que fue de las primeras en introducir estos conceptos en América Latina. Debra Stevens es una profesional que ejerce en su diario vivir el servicio, escribió de manera clara, detallada y fácil de entender el libro *Tips efectivos para el servicio al cliente*. Allí resalta los diferentes tipos de clientes, los que no se pueden tratar de la misma forma. Se refiere a cómo se interactúa con un niño, joven o adulto, al concentrarse en brindar una atención personalizada para que no olviden las experiencias de servicio, la importancia de conocer los límites en que se puede ayudar al usuario, saber decir “no” puede tener una consecuencia positiva en el negocio, tratar con clientes molestos, indicando los pocos y valiosos segundos que se tienen para cambiar el estado de ánimo. Lo importante es que el empleado que está brindando el servicio esté orgulloso de su labor y el producto que ofrece, siendo este el éxito más rotundo: los empleados son los encargados de vender la imagen de la empresa. Karl Albrecht & Lawrence J. Bradford, con un libro más reciente titulado *La excelencia en el servicio*, resaltan de forma interesante cómo aún cuesta dar el concepto de cliente en entidades que prestan servicios públicos. Aseguran que los funcionarios públicos ven al cliente como un enemigo o una carga adicional en su trabajo diario. El libro presenta un modelo específico de cómo se puede conocer al cliente, la comprensión y búsqueda de lo que quieren y, aunque pareciera obvio, muchas entidades no tienen claridad quién es su cliente. Muestra miles de ejemplos comunes en cómo una empresa puede perder rápidamente un cliente y ser consciente de que la idea que tiene el cliente decepcionado se encargará de transmitirlo a mínimo diez personas más. La importancia del servicio está en todos los ámbitos de la vida, ya sea laboral, académico o familiar. Todo servicio está basado en la escucha e ir adquiriendo con el pasar del tiempo la habilidad de ver entre líneas, por ejemplo, la expresión corporal, lo que la persona nos quiere decir, dar servicio al 100% es un desgaste constante como secuela, ante todo porque en el contacto directo debemos comportarnos diferentes, pues quien brinda servicio con calidad es alguien que está entregado como ser para otro ser.

Metodología

El tipo de estudio que se efectuó fue de carácter exploratorio de tipo descriptivo-cualitativo, porque se basó en las opiniones y percepciones de cada uno de los encuestados. A través de una encuesta descriptiva se contemplaron las

actitudes que demuestran los funcionarios al atender al personal encuestado (docentes y estudiantes). Para establecer la población encuestada, se tuvo en cuenta estudiantes y docentes con más de un año de pertenecer a la comunidad universitaria UCMC, ya que con un buen tiempo de interactuar con las diferentes dependencias podrían evaluarlas mejor. La población universal fue de 5.174 estudiantes y el personal docente universitario estuvo conformado por un total de 1.051, para el segundo periodo del año 2013. De dicho universo se tomó una muestra de 40 estudiantes, que corresponden al 2,069%



de la población estudiantil, y a 10 profesores catedráticos y ocasionales de planta entre 1.051, que corresponden al 10% de la población docente de la Facultad de Administración y Economía de la universidad en los diferentes programas de pregrado ofertados. Las dependencias evaluadas fueron: Admisiones, Archivo, Biblioteca, Financiera-Tesorería, IPS Enfermería, Medio Universitario, Oficina de Recursos Humanos, Oficina Jurídica, Oficina de Investigaciones, Planeación, Recepción, Rectoría, Recursos Educativos, Secretaría General, SETIC, Vicerrectoría Académica, Vicerrectoría Administrativa.

Resultados esperados

Los resultados de este ejercicio investigativo de aula pretenden a corto plazo ser el preámbulo de un proyecto, en estricto sentido, que pueda evaluar a nivel institucional el servicio al cliente que las diferentes dependencias de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca están dando a la comunidad interna en general. En esta exploración se logró obtener un diagnóstico evaluativo del servicio que brindan los funcionarios encargados de atender a los docentes y estudiantes de

la Facultad de Administración y Economía de la institución. Esto contribuirá a diseñar posteriormente un protocolo de atención al público de acuerdo con los resultados obtenidos, para proponerlo a la Universidad como un posible apoyo administrativo.

Bibliografía

- Albertch, K. B., Lawrence J. (2005). *La excelencia en el servicio. ¡Conozca y comprenda a sus clientes!* Colombia: 3R Editores.
- Dorado, J. A. y Cerra, J. (2008). *Manual de recepción y atención al cliente*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Ceballos A., R. (2005). *Administración del servicio de atención al usuario*. Formación Alcalá.
- ICONTEC (2009). *Servicio al cliente*. Colombia: ICONTEC http://issuu.com/marthaceciliaandrade/docs/proyecto_oralidad_aula_universitari <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis356.pdf> <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4111/T11.08%20B657p.pdf?sequence=1> https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=5a9d9694a2&view=att&th=148a31268d239a56&attid=0.1&disp=inline&realattid=f_i0a31rkc0&safe=1&zw&saduie=AG9B_P9eBgvoN4eqvrAWAZx7nSgZ&sadet=1416519822890&sads=706HCl5cvW1ZwlpVZt4vDnAIGFk
- Lescano D., L. (2014). *La disciplina del servicio. Cómo desarrollar una nueva cultura orientada al cliente y enfocada en la persona*. Colombia: Ediciones de la U. Stevens, D. (2012). *Tips efectivos para el servicio al cliente*. México: Editorial Trillas.



Análisis del vínculo entre las estrategias comerciales y el incremento de las ventas

Leidy Daniela Perdomo Reyes ldperdomo@unicolmayor.edu.co - Tecnología en Asistencia Gerencial - UCMC

Introducción

La investigación hace referencia a cómo los modelos de estrategias que utiliza la compañía Permoda Ltda. pueden ayudar a cumplir con las políticas establecidas por la organización, y cuáles son las principales estrategias que puestas en práctica logran los objetivos económicos y el posicionamiento de la empresa. El interés que lleva este trabajo es la relación que tienen las estrategias comerciales con el resultado de ventas y cómo el proceso que se plantea para cada estrategia puede ser exitoso en la medida que contribuya con el cumplimiento de la política comercial y del modelo de negocio de la compañía.

Planteamiento

Las estrategias comerciales de una empresa son parte importante para cumplir sus políticas comerciales, ya que de las estrategias utilizadas depende el éxito del resultado, el logro de los objetivos, principalmente económicos, y el posicionamiento de la marca en el mercado. Por esto se estudiará ¿cómo el vínculo entre las estrategias y el cumplimiento de las ventas genera un resultado exitoso para las políticas comerciales de la compañía Permoda Ltda?

Objetivo general

Analizar el vínculo entre las estrategias y el desempeño de las ventas para el cumplimiento de las políticas comerciales de la compañía Permoda Ltda.

Objetivos específicos

Identificar las políticas comerciales que utiliza la compañía Permoda Ltda. Caracterizar las estrategias que ayudan a cumplir cada una de las políticas identificadas. Definir las estrategias exitosas que permitieron incrementar las ventas en el 2014.

Referente

El referente teórico de este proyecto se enfoca en las estrategias de *marketing*, servicio al cliente, *merchandising* y formación de equipo que incrementan la productividad, competitividad y el éxito en las ventas de Permoda Ltda., y que permiten dar un exitoso cumplimiento a las políticas comerciales de la compañía, partiendo de un estudio realizado en una tienda específica como Koaj en Gran Estación. Stan Kossen, escritor y profesor de comportamiento organizacional, define las ventas como el proceso de analizar las necesidades y deseos de los clientes potenciales y de ayudarlos a descubrir cómo se les puede satisfacer plenamente con la compra de un bien, servicio o ideas determinados. La venta es el intercambio de productos o servicios generalmente por unidades monetarias que se produce entre el vendedor y el cliente; el propósito principal es cumplir el objetivo de satisfacer una necesidad externa, para lograr las metas u objetivos del vendedor, teniendo este último siempre en segundo lugar. Vender está directamente relacionado con persuadir, crear una forma creativa de conocer las necesidades de los clientes y lograr resolverlas. El *merchandising* es una parte del *marketing* que se aplica en el punto de venta, formado por diversas técnicas comerciales que permiten presentar el producto o servicio de una forma activa, en las mejores condiciones materiales y psicológicas (Muñoz, 2004). El *merchandising* es una forma de venta en la cual se destacan las cualidades del producto, de manera que por impulso el cliente desee comprarlo, el producto se debe exhibir y presentar de un modo adecuado, ubicarlo de forma organizada e intencional dirigido a que el cliente compre u adquiera lo que inicialmente no deseaba obtener. Las estrategias son el plan ideado para dirigir una táctica y designar un conjunto de reglas que aseguren una decisión óptima que dé cumplimiento a una política; política que permanece en el tiempo y que está determinada desde un principio para ser cumplida.

Metodología

En el transcurso y la realización de esta investigación se usa un enfoque metodológico fundamentado en procesos principalmente cualitativos, y algunos cuantitativos, en los que se aplican como instrumentos bases de datos de los resultados del comportamiento de ventas del año 2014. Las encuestas se aplicaron a los quince máanager de las principales tiendas de Permoda en Bogotá, para verificar las estrategias que ellos mismos consideraron útiles para dar cumplimiento a las políticas establecidas; identificaremos también el portafolio de producto, las personalidades de las marcas, su idea de *marketing* y su ubicación estratégica dentro del ambiente de la tienda, caracterizaremos los roles de cada una de las partes que componen el

equipo de alto rendimiento de la compañía, el protocolo de imagen y de servicio, y cómo estos contribuyen a desarrollar estrategias exitosas para cumplir con las políticas establecidas.



Resultados esperados

Se dará a conocer un esquema organizado de las políticas, las estrategias y los resultados de cada una de ellas, para así definir cuáles serán las estrategias exitosas para cumplir cada política de la compañía.

Bibliografía

- Belio, J. L. & Sainz, A. (s. f.). *Cómo mejorar el funcionamiento de la fuerza de ventas*. España: Wolters Kluwer.
- Borello, A. (1994). *El plan de negocios*. Madrid: Díaz de Santos.
- Callajan, R. (2015). eHOW. Obtenido de eHOW: http://www.ehowenespanol.com/factores-internos-externos-del-comportamiento-del-consumidor-lista_445337/
- Francés, A. (2006). *Estrategia y planes para la empresa con el cuadro de mando integral*. México D. F.: Pearson Educación de México.
- Kossen, S. (1992). *La venta creativa*. Madrid: Díaz de Santos. Manual gestión administrativa, Tiendas Permoda (2014).
- McDonald, M. & Voodburn, D. (2013). *El management de las cuentas clave*. Buenos Aires: Granica.
- Muñiz, L. (2010). *Guía práctica para mejorar un plan de negocios*. Barcelona: Profit.
- Muñoz, M. A. (2004). *Merchandising; cómo mejorar la imagen de un establecimiento comercial*. España: Esic.
- Programa de formación modelo de negocio masivo aspiracional, 2015, KOAJ.
- Py, P. (2006). *Métodos y trucos para diseñar y dirigir un plan comercial*. España: Deusto.
- Pyme, Revista* (2015). 10 puntos claves para levantar capital de fondos. *Pyme*, 7.
- Revista Poder* (2012). El ranking reputacional, pp. 40-41.
- Talaya, A. E. (2008). *Principios de marketing*. España: Esic.
- Uribe, J. D. (2008). Un análisis reciente sobre la inflación, el crecimiento y la política monetaria en Colombia. *Redalyc*, 11-13.



Un mundo de bolas. Puesta en marcha de una narrativa audiovisual mediante un corto animado como iniciativa de emprendimiento

Daniel Andrés Valbuena Romero davalbuena@unicolmayor.edu.co / David Bernardo Bravo Sáenz david_bravo_020894@hotmail.com
/ Sergio Emir Rozo Díaz sergioemir93@hotmail.com - Programa de Diseño Digital y Multimedia – UCMC

Introducción

La propuesta de investigación se entiende como un proyecto de emprendimiento en el cual se aprovechan todos los recursos y herramientas que el diseñador digital y multimedia pueda aplicar, usando sus conocimientos adquiridos durante su carrera, con el fin de producir un seriado animado 3D, en el que se narren problemáticas de jóvenes estudiantes universitarios tan graves, como la deserción universitaria, que tanto afecta a las instituciones de educación superior de la ciudad de Bogotá. De esta forma, los integrantes del proyecto deberán averiguar cómo se realiza dicho proceso de emprendimiento, además de reforzar sus conocimientos en el área técnica para el desarrollo de un seriado animado 3D. A su vez, deberán investigar a fondo sobre las diferentes situaciones en las que el estudiante universitario decide desertar de su estudio, y con base en ello, reflexionar y construir una comunicación multimedia que ayude a la reflexión de los demás.

Planteamiento

Mediante el proceso de investigación se pretende establecer relaciones entre el qué hacer del diseñador digital y multimedia y el entorno laboral que este pueda tener, hallando un nuevo proceso de emprendimiento en el cual se aprovechan los diferentes medios de comunicación, entre ellos, la evolución de las TIC. La búsqueda de estos nuevos escenarios laborales ayuda a la exploración de nuevas oportunidades de comunicación en los diferentes hábitats en los que se quiera comunicar. El grupo de trabajo usa como medio para este fin la construcción de un proyecto multimedia denominado “Un mundo de bolas”, concebido como un seriado audiovisual 3D que busca comunicar un mensaje social y plantear una reflexión con un lenguaje ameno, tranquilo y, a la vez, con un tono de humor mordaz y sarcástico. Dicho seriado habla de las problemáticas de los estudiantes de hoy, tomando como principal enfoque la deserción universitaria. Se desarrolla en un contexto bogotano y plantea las diferentes situaciones en donde los estu-

diantes deciden desertar de sus estudios, ya sea por falta de recursos económicos, desinterés del programa o universidad, o incluso por problemas personales. Está enfocado hacia un público joven, especialmente cercano a los de 15 años en adelante, que busque entretenimiento. El seriado es un reflejo de la cotidianidad y en ella se desarrollan acciones que ayudan a nuestro protagonista a construir su propio entorno y a superar sus dificultades, aprendiendo de sus aciertos y equivocaciones y también de sus errores.

Objetivo general

Desarrollar un proyecto de emprendimiento en el que se aplique todo el conocimiento técnico adquirido a lo largo de la carrera. Dicho proyecto sería realizado como una producción audiovisual 3D seriada o como un cortometraje que abarca temas de vital importancia en el ambiente universitario, como la deserción estudiantil.

Objetivos específicos

1. Estudiar los escenarios laborales en los que se puede aprovechar el conocimiento de un diseñador digital y multimedia en el campo de la producción audiovisual 3D en el contexto colombiano.
2. Dar a conocer, a través de la comunicación multimedia, sobre los problemas de la deserción universitaria, contando el porqué, cómo evitarlo y cómo afecta esto no solo a los estudiantes, sino a las instituciones y al propio progreso de la ciudad.

Referente

Desde la perspectiva de Sánchez (2009), se estructuran no solo las narrativas animadas como un recurso invaluable dentro de la comunicación enfocada al público joven. “El universo del videojuego, internet o los medios de comunicación abren una ventana al mundo, que implica la necesidad de ‘ver’ y ‘sentir’ de un modo distinto, haciéndose cada vez más necesaria una alfabetización audiovisual sólida. Todo ello provoca cambios en el espectador, sobre todo en el infantil, que se mueve en el ámbito de nuevos valores y contenidos que se cuelan también en el panorama de la animación”. Así mismo, en el libro *Retraimiento poblacional en educación superior* (2009), se habla de las terribles consecuencias que trae para una institución la deserción universitaria, donde curiosamente se da en mayores proporciones en los primeros semestres. Habla sobre la problemática que

sufrió la Universidad Pedagógica, en donde algunos estudiantes lograban acceder a la universidad, pero poco tiempo después desertaban, dejando cupos sueltos y muchas personas por fuera sin posibilidad de estudiar. Las soluciones que dio la Universidad fue implementar el PPP (Prueba de Potencial Pedagógico), en el cual se medía no solo la disposición del estudiante frente a su programa, sino al pensamiento y ejecución de la pedagogía.

Metodología

Dentro de la investigación se puede partir en dos partes la metodología: en primera instancia tenemos el cómo desarrollar una propuesta de emprendimiento de la cual se habla de “para el diseño”. Por otro lado, tenemos las problemáticas de deserción universitaria, en la cual logramos entrar en escena siendo investigadores participativos, aprovechando el medio en el que los autores se encuentran, y así logramos hablar sobre “a través del diseño”, y tomamos como resultado el proyecto audiovisual 3D. 1. Ampliación de los conocimientos técnicos referidos a la producción audiovisual 3D, mediante fuentes primarias, en este caso los docentes del Programa Diseño Digital y Multimedia. 2. Tomando como referencia fuentes primarias, entrevistar a tres estudiantes (inicialmente en el Programa Diseño Digital y Multimedia) que desertaron de la carrera; a su vez, entrevistar a un profesor y a un alumno que aún continúe en los estudios, comparando y concluyendo de manera cualitativa los resultados. 3. Investigar con fuentes secundarias, como libros y opiniones de expertos en deserción universitaria, las posibles consecuencias de este problema y cómo a través de la comunicación, llegar a una reflexión. 4. En el ambiente técnico, diseñar múltiples personajes con cualidades similares a los entrevistados, los cuales representen más adelante las problemáticas estudiantiles universitarias.

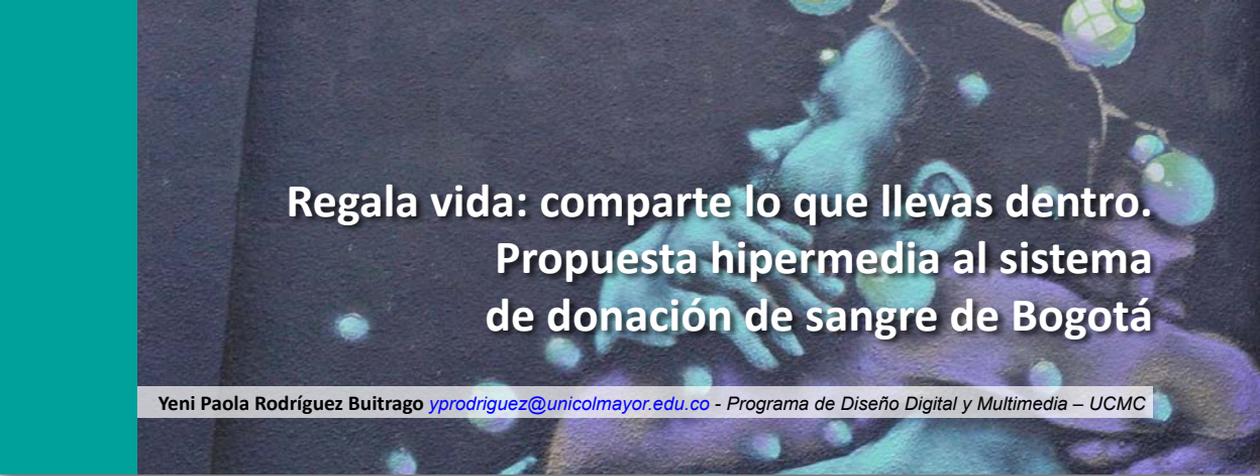
Resultados esperados

Llegar a generar una reflexión dentro de una comunidad universitaria a través de la comunicación

ción multimedial de una animación 3D sobre los problemas de deserción universitaria. Explicando a qué se debe y qué hacer para evitarla. Buscar superar las destrezas en desarrollo 3D, partiendo de principios básicos, llegando a principios complejos y avanzados. De esta manera, lograr la construcción de los personajes principales.

Bibliografía

- Ratner, Peter (2005). *Animación 3D*. Anaya Multimedia. ISBN 9788441518094. Rodríguez Rodríguez, Alberto (2010). *Proyectos de Animación 3D (Diseño y Creatividad)*. Anaya Multimedia. ISBN 9788441527515.
- Heath, Chip & Heath, Dan (2010). *Ideas que pegan*. Editorial LID. Sánchez, Ana Belén (noviembre 2009). El cine. Cuento animado o la ruptura del modelo clásico. *Revista Área Abierta*, N.º 24. Universidad Complutense de Madrid, España. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB0909330001C> Sánchez Carrero, J., Aguedad Gómez, J. I. (2009). Educación mediática y espectadores activos: estrategias para la formación. Análisis: Quaderns de Comunicació i Cultura. Vol. 39, pp. 131-148 (2009). Recuperado de http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/6285/Educacion_mediatica.pdf?sequence=2
- Varios autores (2009). *Retraimiento poblacional en educación superior: ingreso, mortalidad académica, deserción*. Editorial U. de San Buenaventura. ISBN 9789588436166.



Regala vida: comparte lo que llevas dentro. Propuesta hipermedia al sistema de donación de sangre de Bogotá

Yeni Paola Rodríguez Buitrago yprodriguez@unicolmayor.edu.co - Programa de Diseño Digital y Multimedia – UCMC

Introducción

El sistema de donación de sangre en Bogotá presenta un bajo índice de reservas, debido a la poca afluencia de donantes a los puntos de donación de la ciudad. Las principales causas parecen ser: 1. Prevenciones de los ciudadanos debido a los diferentes mitos y estigmas que se tienen acerca de los procedimientos, usos y consecuencias que presenta el hecho mismo de donar sangre (temor a que no sea seguro, no se realice con procedimientos óptimos o que genere consecuencias negativas en la salud); 2. La hemofobia (temor a la sangre), y 3. La aicmofobia (el temor a las agujas o a los elementos cortantes). La revolución de las TIC abre un mundo de posibilidades gracias a su gran poder de penetración e influencia comunicativa y mediática, que pueden ser una alternativa muy interesante para generar un círculo virtuoso en el que se trabaje, inicialmente, en superar y modificar estos imaginarios (temores), de lo que se desprenderían mayores niveles de motivación para donar sangre y, en consecuencia, aumentar de manera significativa las reservas existentes. Es evidente hoy que las nuevas tecnologías cambiaron la forma como se llega a la población, pues la información está a nuestro alcance gracias a dispositivos cada vez más cotidianos y necesarios, y es allí donde el diseño digital y multimedia pueden contribuir con propuestas hipermediales que ataquen las causas de la falta de donantes y generen un espacio de confianza entre los bancos de sangre, los donantes y los receptores de las donaciones.

Planteamiento

La escasez de donantes de sangre en la ciudad de Bogotá ha traído como consecuencia bajos niveles en las reservas disponibles en los bancos de sangre. Para el mes de enero del 2015 se estimaba la presencia de 3.500 donantes y solo se presentaron 1.500. En un informe emitido por la Cruz Roja Colombiana (2013) se evidencia que tan solo 23.760 personas se acercaron a los puntos de donación de los 8.363.782 habitantes que tenía la ciudad para ese año. En el año 2014, el Hospital La Victoria registró

50.154 consultas a urgencias médicas, siendo las principales causas riñas callejeras y accidentes viales (Informe de rendición de cuentas del Hospital La Victoria - 2014). Datos que nos llevan a indagar: ¿Por qué la mayoría de los habitantes de Bogotá no donan sangre?, ¿qué están haciendo las entidades encargadas de esta gestión?, ¿cuáles son las características del sistema de donación de sangre implementado en la ciudad?, ¿cómo podríamos contribuir a esta problemática desde el saber disciplinar del diseño para aprovechar el gran poder de penetración de los entornos digitales?

Objetivo general

Desarrollar un producto hipermedia que permita establecer un canal de comunicación directo, fluido y claro entre los distintos actores implícitos en el sistema de donación de sangre (entes gubernamentales, bancos de sangre, donantes, receptores y ciudadanía en general), mediante el cual aumenten los niveles de confianza al permitir la interacción entre ellos y, en consecuencia, se incrementen los niveles de motivación a donar sangre.

Objetivos específicos

- Determinar cuáles son los factores que influyen en la poca afluencia de los habitantes de Bogotá a los puntos de donación de sangre.
- Reconocer las actividades y estrategias desarrolladas en pro del aumento de donantes voluntarios por parte de las entidades que realizan la captación de sangre.
- Identificar los elementos (características y funciones) que conforman el sistema de donación de sangre para implementarlos en la ciudad de Bogotá.
- Desarrollar un ejercicio proyectual propio del DDM en sus distintas etapas (definición del problema, bocetación, anteproyecto, proyecto), que genere como resultado un prototipo operativo a manera de un producto hipermedia centrado en el sistema de donación de sangre de Bogotá.

Referente

El estudio de donación de sangre se divide en dos aspectos importantes: el primero se enfoca en los componentes extraídos y que son necesarios al realizar una transfusión; el segundo se orienta a los aspectos esenciales que como sociedad debemos comprender, que son a los que el sistema apunta al invitar a realizar una donación

voluntaria. Joaquín García Roca (1994) especifica que “el voluntariado está orientado a disminuir la fragilidad de las personas y amortiguar la vulnerabilidad de los contextos, promoviendo la convivencia social”; siendo esta afectada por diferentes factores, entre ellos la cultura ciudadana y el sentido colectivo de la ciudadanía, donde se parte del habitante como individuo autónomo con libertades individuales y manifestaciones del dominio personal; que también involucran aspectos políticos en



los que el individuo pasa a ser habitante y, por ende, participa en los asuntos que lo afectan, y donde sus acciones pueden perjudicar a la sociedad con la que convive. La primera entidad municipal de donantes en el mundo se creó en el año de 1921 en Londres, por el desabastecimiento de la Cruz Roja Internacional; en 1970 se implanta el sistema de donación voluntaria apoyada por FIODS (Federación Internacional de Organizaciones de Donantes de Sangre, fundada 1955). En la actualidad este sistema es implementado por 57 países en el mundo, donde el 100% de los suministros obtenidos son recaudados de forma voluntaria. Para el 23 de enero del 2015 la Secretaría Distrital de Salud de Bogotá emite una alerta ante el déficit en los bancos de sangre en la ciudad, donde el grupo sanguíneo con menos reservas es el O+. El Hemocentro Distrital, uno de los 16 bancos de sangre de la ciudad, afirma que es necesario tener como mínimo 900 unidades de sangre O+ y 50 unidades de O-, para cubrir diariamente las necesidades de los hospitales públicos, de las cuales solo se cuentan con 74 unidades de ambos grupos sanguíneos. El Distrito para el mes de enero del 2015 estimaba que es necesario 3.500 donantes y solo se presentaron 1.500. El incremento de las riñas callejeras, los accidentes viales y la inseguridad en el mes de diciembre son situaciones que obligan a los bancos de sangre a incrementar sus reservas, pero esto presenta un gran problema: “no hay donantes”. Los bancos de sangre de la ciudad realizan campañas de donación, y llegan con sus puntos móviles a diferentes sectores de la ciudad: empresas del sector público como privado permiten el ingreso de muchos bancos a sus instalaciones, para facilitar que sus empleados se acerquen en un tiempo determinado a donar, y con pautas publicitarias en la redes sociales se busca llegar al público joven y adulto que se encuentra activo en este medio; estas campañas han logrado captar alrededor de 600.000 donantes cada año. A través del *marketing* social, el diseño presenta medios gráficos y audiovisuales que buscan atraer la atención del espectador, para generar conciencia social y atacar aspectos que afectan a la sociedad.

Metodología

El proyecto se desarrollaría bajo el paradigma de investigación en diseño denominado *for-thru-through* (para – sobre – a través del diseño) y de manera específica realizando una investigación para el diseño con un enfoque integrador (H. Cerda). Desde este punto de partida, la investigación tendría un enfoque etnográfico y holístico, donde la información se busca con los distintos actores del sistema de donación de sangre de la ciudad, quienes compartirían sus experiencias desde diferentes roles y permitirían identificar aspectos esenciales por los que el sistema de donación no capta la cantidad de usuarios esperada. Tomando la problemática desde diferentes puntos de vista, interpretando la información aportada por cada uno

de los actores y fuentes emitidas por las instituciones correspondientes (bancos de sangre, Cruz Roja Colombiana y sistemas de salud), identificando características esenciales del sistema implementado en la ciudad y haciendo un análisis desde diferentes principios, con el fin de proponer un espacio hipermedia que aporte al sistema actual de donación ya establecido.

Resultados esperados

Se espera al finalizar el proyecto, presentar un producto hipermedia mediante el cual los diferentes actores que intervienen en el sistema interactúen desde distintos espacios, ya sean físicos o virtuales, de forma directa e interactiva. En una perspectiva más ambiciosa, se pretende que el producto presentado sea considerado por las entidades encargadas de gestionar los bancos de sangre como una herramienta que contribuya a incrementar el número de donantes voluntarios en la ciudad de Bogotá y, a su vez, aportar a las entidades de salud un plus adicional que les permita mejorar los procesos, como la difusión de la información a la hora de realizar las campañas.

Bibliografía

- Cruz Roja Colombiana (2013). Informe anual de 2013. Colombia: Cruz Roja Colombiana. Recuperado de <http://www.cruzrojacolombiana.org/sites/default/files/Informe%20Anual%202013%20Externo%20Cruz%20Roja%20Colombiana.pdf>
- El Espectador (23 de enero del 2015). Distrito alerta ante déficit de reservas de sangre en Bogotá. Recuperado de <http://www.elespectador.com/noticias/bogota/distrito-alerta-deficit-de-reservas-de-sangre-bogota-articulo-539767>
- García R., J. (1994). *Solidaridad y voluntariado*. España: Sal Terrae. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=byFsYIKgACYC&printsec=frontcover&dq=el+voluntariado&hl=es-419&sa=X&ei=224LVYfvPImlNo-Gg-AE&ved=0CCOQ6AEwBA#v=onepage&q=el%20voluntariado&f=false>
- Organización Mundial de la Salud (2007). Organización Mundial de la Salud. Recuperado de: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs279/es/>



El primer capítulo de tu vida. Una estrategia educativa para mejorar y motivar el proceso de la lectura a través del diseño digital

Paula Alejandra Barreto Garzón pabarreto@unicolmayor.edu.co

/ José Luis Forero Camacho jforero@unicolmayor.edu.co - Programa de Diseño Digital y Multimedia – UCMC

Introducción

Para comprender por qué en Colombia no se lee, es necesario entender el contexto actual, ya que nos permite reconocer cuáles son las necesidades que se atienden en la actualidad, porque las sociedades siempre han ido evolucionando, de manera que los intereses sociales han ido cambiando y en gran medida estos se van desarrollando y modificando de la mano de las nuevas tecnologías, las cuales podemos asegurar, han transformado las dinámicas sociales. Partiendo de esta necesidad, se busca inicialmente reconocer el proceso de enseñanza-aprendizaje en relación con la lectura de una parte de la población infantil colombiana desde distintos contextos que afectan su desarrollo. En este sentido, es necesario estudiar el proceso enseñanza-aprendizaje para reconocer las problemáticas que allí se presentan y desde ahí intentar contribuir en la generación de estrategias didácticas que den pie y fortalezcan el hábito de la lectura desde los primeros años de escolaridad. Actualmente, se pueden encontrar en el contexto académico y en el mercado diferentes productos de multimedia, que apuntan a materializar estrategias en este sentido, lo cual evidencia el reconocimiento que, en el contexto actual denominado por algunos autores como la era de las TIC o era digital, es necesario buscar soluciones a estas problemáticas adaptándose a los nuevos medios, dado que son ellos precisamente con los que cada vez más se identifica el público infantil. No se trata de sustituir de manera definitiva los recursos ya existentes, sino de potencializar el proceso enseñanza-aprendizaje articulándolo con los nuevos medios, para generar una propuesta transmedia que logre aportar al mejoramiento de esta problemática.

Planteamiento

En Colombia, la población infantil presenta problemas de comprensión lectora que se evidencian en varias evaluaciones internacionales que buscan comparar el avance académico de cada país, entre ellas la prueba PISA, la que reveló que los estudiantes colombianos tienen uno de los promedios mundiales más bajos en lectura, ya que el 51% no alcanzó el nivel básico de competencia, y del 49% restante, el 31%

se ubicó en nivel básico (ICFES, 2013). Otra evaluación internacional que muestra la realidad de los jóvenes colombianos es la prueba PIRLS, que se enfoca en evaluar la competencia lectora. En esta prueba se puede ver que estudiantes colombianos entre 9 y 10 años de edad obtuvieron 448 puntos, puntaje que se ubicó por debajo de la media PIRLS de 500 puntos (ICFES, 2012). Esto muestra un pronóstico claro de los posibles resultados que tendrían los estudiantes de 15 años que participaron en las pasadas pruebas PISA. Esta problemática afecta a las nuevas generaciones, porque no reconocen la importancia que tiene generar el hábito de la lectura para su desarrollo. Las nuevas generaciones son conocidas como nativos digitales, pues viven en una nueva era en la que los medios digitales intervienen constantemente en su desarrollo, ya que estos medios contribuyen a su proceso de aprendizaje, como también al ocio y el entretenimiento. A partir de esta realidad, se busca el equilibrio entre estos procesos para presentar a los jóvenes la lectura como un medio de investigación al igual que de diversión, con el fin de fomentar el hábito de la lectura y el uso adecuado de las TIC. Teniendo en cuenta los bajos niveles de lectura en la población infantil colombiana, ¿es factible emplear los entornos digitales para contribuir a generar y fortalecer el hábito de la lectura en esta población en particular?

Objetivo general

Contribuir en la generación y fortalecimiento del hábito de lectura en la población infantil colombiana mediante el diseño de una pieza, producto o estrategia propia de los entornos digitales (o propio del saber del diseño digital y multimedia).

Objetivos específicos

- Reconocer los procesos cognitivos de aprendizaje de la lectura en la edad infantil.
- Estudiar detalladamente el trabajo que se ha realizado desde el diseño asimilable al que se desea realizar.
- Identificar, mediante un estudio de caso en campo, las características del proceso de aprendizaje de la lectura, con el fin de tenerlas en cuenta al momento de iniciar el proceso proyectual.
- Definir los lineamientos para realizar la propuesta de diseño e iniciar la fase operativa mediante alguna de las metodologías disponibles.
- Probar dinámicas que permitan evaluar la respuesta a los estímulos diseñados para generar motivación e interés en el proceso lector.

Referente

El leer es una práctica compleja que implica la comprensión y el reconocimiento de un lenguaje, por lo que su adquisición va de la mano con el desarrollo del individuo, en el cual se estima que los niños son capaces de leer aproximadamente a los 6 años de edad, ya que en esta edad se desarrollan las habilidades necesarias para la adquisición de la lectura. Una de estas habilidades es la conciencia fonológica que permite reconocer que el habla se divide en unidades conocidas como sílabas y fonemas, el procesamiento ortográfico que permite el reconocimiento de las palabras, entre otras (Jiménez, *et al.*, 2010, p. 363). Por lo que es a partir de esta que se busca implementar la herramienta para incentivar la lectura, pues su desarrollo cognitivo es el apropiado para que haya una respuesta al estímulo que se le va a presentar. Existen otros factores cognitivos que facilitan y promueven la adquisición y mantenimiento del hábito de la lectura, los cuales se han identificado gracias a la investigación cognitiva, puesto que se ha podido reconocer cómo las personas procesan la información y qué estrategias la facilitan, en este caso de nuestro interés, procesos como la lectura, en los que sale a relucir un aspecto relevante que es la motivación (Sole, 2009, p. 56). En estudios realizados por Campbell (citado por Sole, 2009) se encontró que los estudiantes con mayor motivación obtienen mejores resultados en la lectura que los que no la tienen, a pesar de poseer las mismas capacidades cognitivas. También se encontró una relación mutua entre la motivación y el éxito, lo que significaría para el problema que compete a este trabajo, es que los lectores con mayor motivación procurarán leer más y también ser competentes, es decir, leer bien incrementa la motivación del sujeto (Sole, 2009, p.56). Esto nos permite reconocer que para ser un buen lector se debe hablar de calidad de la lectura, lo cual se facilita con una lectura comprometida. Una aproximación en la comprensión del porqué no se lee actualmente la brinda Ostria (citado por Gallardo, 2006), en la que plantea que el problema en sí no debería definirse bajo el rótulo de una crisis del libro o de la lectura como tal, sino que al cambiar las formas comunicativas, las cuales antes se regían por una actividad escritura-lectora, estas se han modificado gracias al desarrollo y a la modernización de los medios en la actualidad, por lo que el problema no es la lectura en sí, sino en las formas de aproximación a esta. Esto nos permite identificar que se deben usar estrategias de promoción de la lectura que utilicen estas nuevas tecnologías, y que se inserten en las nuevas dinámicas de comunicación que se manejan en la actualidad. Por otro lado, otro de los factores que nos plantea Gallardo (2006, p. 160), es la forma de crianza que se da hoy, ya que ahora las formas de diversión y esparcimiento que se les ofrece en sus hogares son en su mayoría medios visuales, como la televisión y los videojuegos, por lo que la lectura no es aprendida como una actividad de espar-



cimiento. Entonces, ¿cómo se les presenta la lectura a los jóvenes en la actualidad? Se les presenta generalmente cuando inician su vida escolar, en donde medidas de control de tareas, como las malas notas o castigos, pueden asociar la lectura como una actividad aburrida, además de generar su aversión.

Metodología

El presente proyecto parte de la idea de realizar una investigación proyectual, es decir, que se investiga para el diseño (paradigma *for-thru-through*) de una pieza, producto o estrategia propia de los entornos digitales que contribuya en la generación y fortalecimiento del hábito de lectura en la población infantil colombiana. La fuente principal de información serían los actores involucrados en el proceso enseñanza-aprendizaje de la lectura en la población infantil (estudiantes entre 5 y 8 años, padres y docentes), tomando como referente la realización de un estudio de caso en una entidad o establecimiento educativo (preferiblemente de carácter público), en el cual se pueda efectuar una lectura de la problemática desde diferentes puntos de vista para luego realizar la interpretación de la información recogida y aportada por cada uno de los actores. En este proceso se hace una recopilación de datos que busca reconocer los procesos cognitivos de aprendizaje de la lectura en la edad infantil y qué soluciones a través del diseño se han implementado para mejorar el proceso. Actualmente, el grupo de investigación participa en actividades de promoción de la lectura en bibliotecas y ludotecas, para identificar las características del proceso de aprendizaje de la lectura, con el fin de tomarlas en cuenta al momento de iniciar el proceso proyectual mediante el estudio de caso. Para realizar la propuesta de diseño se realizarán dinámicas en un sector específico que evalúe la respuesta de los niños a los estímulos diseñados y creados mediante el conocimiento adquirido en la carrera, con el fin de generar un producto útil a la educación infantil en Colombia.

Resultados esperados

- Se realiza un proceso de recopilación de datos que busca reconocer los procesos cognitivos de aprendizaje de la lectura en la edad infantil, y qué soluciones a través del diseño se han implementado para mejorar el proceso.
- Se participa en actividades de promoción de la lectura en bibliotecas y ludotecas, para identificar las características del proceso de aprendizaje de la lectura, con el fin de tomarlas en cuenta al momento de iniciar el proceso proyectual.
- Mediante la propuesta de diseño se busca evidenciar las fortalezas de los integrantes del proyecto, para aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera de Diseño Digital y Multimedia.
- Mediante dinámicas se busca evaluar la respuesta a los estímulos diseñados para generar motivación e interés en el proceso lector.

Bibliografía

- Gossáin, J. (28 de febrero de 2014). *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13570938>
- DANE (30 de marzo del 2013). Módulo de hábitos de lectura, consumo de libros. Bogotá.
- Sellés, P., Martínez, T. & Vidal-Abarca, E. (2012). 4. Recuperado el 02 de 03 de 2015.
- Sellés Nohales, P., Martínez, T. & Abarca-Gámez, E. V. (2012). Controversia entre madurez lectora y enseñanza precoz de la lectura: revisión histórica y propuestas actuales. *Aula Abierta*, 40 (3): 3-14.
- Álvarez, I. G. (2006). La lectura de textos literarios en el colegio, ¿por qué no leen los estudiantes? *Revista Educación*, 30 (1): 157-172.
- Solé, I. (2009). Motivación y lectura. *Aula de Innovación Educativa*, 179: 56-59.
- Jiménez, J. E., Rodríguez, C., Guzmán, R. & García, E. (2010). Desarrollo de los procesos cognitivos de la lectura en alumnos normolectores y alumnos con dificultades específicas de aprendizaje. *Revista de Educación*, N.º 353. Identidad y educación.



¿Son las corporaciones un mal necesario?

Lina Paola Romero Franco lpalaromero@unicolmayor.edu.co - Programa de Economía – UCMC

En pleno siglo XXI, es casi una infracción no hablar de la expansión incipiente que ha tenido la globalización en todos los rincones del mundo, tanto a nivel económico como cultural, ya que este último ámbito es el causante de una ola cada vez más creciente de consumismo de productos cuyo “objetivo” es el de mejorar la calidad de vida y el nivel de confort de los individuos de una sociedad. En este contexto surgen las corporaciones, como una unión de individuos que trabajan por el logro de objetivos íntimamente relacionados con la maximización de ganancias.

Las corporaciones nacen oficialmente en la era industrial en 1712, en Inglaterra, con la invención de la bomba de agua impulsada por vapor, que mejoraba la productividad de la obtención de cobre, ya que a los trabajadores les facilitó la labor de sacar agua. De ahí en adelante surgieron un sinnúmero de inventos que eran controlados por las corporaciones y que hicieron más fácil la vida de las personas; pero ¿a costa de qué?, ¿de la humanidad?, ¿de los animales?, ¿son éticas estas prácticas? Sin duda alguna se podría seguir formulando interrogantes; sin embargo, se pretende responder estos en los siguientes párrafos.

Inicialmente, cuando se creó la primera corporación en los Estados Unidos, el Estado exigió una serie de condiciones para legalizarlas; sin embargo, estas se han vuelto más dinámicas y flexibles, como lo indica Miguel Muñoz en su trabajo Ley de empresas en los Estados Unidos:

La responsabilidad del propietario se encuentra limitada al monto de sus aportaciones, representada invariablemente por acciones. Esta limitante de responsabilidad, así como también la profesionalización de sus órganos de gobierno y la habilidad para adquirir capital y transferir los títulos accionarios, son algunos de los atributos de una corporación. (Muñoz, s. f.)

Estas características rigen legalmente a las corporaciones, como personas diseñadas por la ley donde solo se ocupan por los accionistas, aunque funcionan como una

persona distan mucho de tener conciencia moral sobre las externalidades que causa su accionar. Los atributos dados por la ley permiten que las corporaciones traspasen fronteras y se vuelvan transnacionales, por lo que gozan de leyes que rigen a los países en los que establecen sus filiales y en los que mayormente se protege a la Inversión Extranjera Directa (IED), a través de incentivos que autorizan el funcionamiento de una corporación por un tiempo considerable.

El nacimiento de las corporaciones trajo consigo grandes avances en los niveles de vida de las personas, ya que producen bienes indispensables para satisfacer las necesidades de la población; por ejemplo, productos tan simples como un cepillo no hubieran sido posibles sin la creación de estas compañías. Además, desde el punto de vista económico, las corporaciones traen beneficios a los países en desarrollo en donde establecen sus filiales, puesto que son una buena oportunidad para que estos países salgan del atraso en el que viven, pues fomentan la IED; por lo tanto, generan nuevos empleos a los ciudadanos y oportunidades de salir de la pobreza, según Fedesarrollo:

En primer lugar aumenta y mejora la capacidad productiva del país, pues hay mayor formación bruta de capital y desarrollo tecnológico en las compañías. Por otra parte, hace su aporte para ampliar el intercambio comercial con el mundo. La inversión extranjera en las empresas se traduce en un aumento de la productividad por la llegada de nuevas tecnologías de producción y la mejora en las habilidades de los trabajadores (Portafolio, 2009).

Así mismo, el desarrollo tecnológico que disfrutamos hoy en día se debe a las corporaciones que lo utilizan para fabricar productos que nos facilitan la vida, llenando de comodidades a los individuos que consumen sus bienes y servicios. En la actualidad, uno de cada cinco ciudadanos tiene un automóvil, hecho que hace 50 años no se veía y que se debe por la producción de economías a escala, que fabrican automóviles como pan caliente, con lo que logran una disminución considerable de su precio y el desarrollo de autos asequibles para todo tipo de población, lo que contribuye a mejorar el confort de un grupo de ciudadanos de un país.

Sin embargo, las filiales de las importantes transnacionales se encuentran en países pobres, ya que allí la mano de obra es más barata, lo que permite a los dueños de estas corporaciones minimizar dramáticamente sus costos y duplicar de manera exagerada sus ganancias. Nike, por ejemplo, subcontrata operarios en Santo Domingo, y sus prendas son vendidas por alrededor de US\$ 100; no obstante, los operarios reciben aproximadamente 8 centavos por prenda, casi un 3/10 del precio de

mercado; además, se enfrentan a condiciones desfavorables de trabajo y el sueldo solo les alcanza para subsistir, lo que pone en tela de juicio la generación de ingresos y oportunidades que estas corporaciones ofrecen a los países subdesarrollados, traducida en la IED.

Por si fuera poco, muchas de estas corporaciones representan una amenaza para la salud humana, ya que fabrican productos peligrosos, generan contaminación y crean sustancias químicas sintéticas con el fin de mejorar su productividad. Un claro ejemplo de estas sustancias es la hormona rBGH patentada por Monsanto, la cual es inyectada a las vacas para que aumenten la producción de leche y así esta corporación pueda disminuir sus costos; sin embargo, se comprobó en pruebas toxicológicas que este antibiótico es ingerido por los humanos y causa problemas inmunológicos al cuerpo humano, convirtiendo las bacterias más resistentes a infecciones y, por lo tanto, más vulnerables a enfermedades.

La biosfera no se salva de la perturbación que causan las corporaciones, pues la deforestación, las emisiones excesivas de CO₂ y los residuos nucleares desestabilizan las cadenas tróficas, los ciclos biogeoquímicos e influyen en la decadencia de miles de especies (con la disminución de sus campos funcionales) que comparten esta capa con los seres humanos. Las corporaciones conocen las devastadoras consecuencias que la fabricación de sus productos ocasionan; sin embargo, no tienen en cuenta estas externalidades dentro de sus costos de producción, aun cuando su “compromiso social” propugna por la protección del medioambiente, pese a esto su actuar deja mucho que desear. En efecto, como lo expresa Charleston Brown (Bróker de materias primas), “como las condiciones ambientales todavía no son negociables, no se piensa en ello” (Achbar & Abbott, 2003), lo que hace caer en una tiranía intergeneracional, puesto que no se está pensando en preservar los recursos naturales para las generaciones futuras.



Desde un punto de vista ético, se puede decir que los dueños de las corporaciones pueden ser personas buenas e intachables; sin

embargo, sus compañías no lo son en cuanto al logro de sus objetivos, pues estas son capaces de pasar por encima de sus propios “valores corporativos” con el fin de conseguir los resultados para las que fueron creadas. Aunque muchas de ellas tienen un código de buena conducta, simplemente es de manera teórica, porque en la práctica distan mucho de este. Aun cuando las corporaciones nos faciliten la vida con sus productos, estas deben tener en cuenta lo que dice Alejandro y Carlos Llano:

No deben perseguirse fines buenos que tengan efectos resultantes desproporcionadamente malos. Este principio ha adquirido una extraordinaria relevancia en una sociedad como la nuestra, en la que la potencia de las tecnologías y densidad de las comunicaciones ha suscitado una impresionante multiplicación de los “efectos perversos” (2007, p. 3).

Una de las causas que ha contribuido al rápido crecimiento de las corporaciones y de la cual todos formamos parte ha sido, sin duda, el consumismo creado básicamente por la manipulación de estas empresas y la incidencia de la publicidad, factores que han convertido a la población en consumidores de productos que no necesitan (consumo inútil) y vuelven sus productos en artículos obsoletos con el fin de que el consumidor se sienta insatisfecho y cada vez desee consumir más, razón por la cual se vuelve un contribuidor potencial dentro de la circularidad que una empresa genera (una corporación produce un bien, un individuo lo consume, este consumo genera ganancias a las corporaciones, lo que hace de nuevo que la corporación produzca bienes).

Para concluir, las corporaciones son tan necesarias como lo es un cigarrillo para un fumador, aunque ocasionen daños siempre se van a necesitar y en mayores cantidades, ya que hemos estado en siglos de dependencia por los productos que nos proveen, que dejarlos de consumir no resulta ser una opción viable. Las corporaciones tienen tanto control en el mundo por dos razones: la primera, radica en la falta de estrictas leyes que exijan algún tipo de costo social debido a las consecuencias que su existencia provoca, y la segunda, tiene que ver con el poder que cada uno de los individuos que compra y utiliza algún bien o servicio les otorga, ya que al haber demanda las empresas la van a seguir satisfaciendo a toda costa, acaparando una cuota de mercado considerable que le permita seguir existiendo.

Es claro que vivimos en un mundo en donde priman los intereses egoístas por sobre los intereses sociales, es decir, las corporaciones no van a desaparecer porque los productos que ofrecen, de una u otra forma, mejoran el nivel de vida de las personas, pues la cultura de lo material lo ha venido diciendo: la cultura consumista juega a

favor de las corporaciones transnacionales, haciéndolas ver como un mal necesario que, en un principio, generan útiles positivos y satisfacción a los individuos, pero que en exceso hacen colapsar la utilidad y se vuelven un mal; sin embargo, ¿quién de nosotros está dispuesto a renunciar a su consumo y vivir con las costumbres de nuestros antepasados? o ¿qué corporación está dispuesta a disminuir sus ganancias para proteger el medioambiente? Evidentemente, la respuesta para ambos interrogantes es NADIE, pues así propugnemos la idea de la sostenibilidad del desarrollo, es necesaria la voluntad y el compromiso por parte de todos, ya que está claro que mientras sigamos usando excesivamente los productos o servicios que las corporaciones elaboran, esta idea quedará en una oscura utopía. Por esta razón, cada uno de nosotros deberíamos dejar de ser consumidores inútiles de bienes que, tal vez, no necesitemos, con el fin de disminuir su demanda, ya que al hacer esto las corporaciones no tendrían demanda que satisfacer, por lo que sus incentivos quedarían reducidos y su existencia se pondría en juego, lo generaría una mayor solidaridad inter e intrageneracional a nivel económico, cultural y social.

Bibliografía

- Achbar, M. & Abbott, J. (Dirección) (2003). *The corporation* [película].
- Albertos Puebla, J. M. (1997). El papel de las corporaciones transnacionales en el proceso de globalización. ¿Nuevas oportunidades de desarrollo para regiones atrasadas? Recuperado de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ElPapelDeLasCorporacionesTransnacionalesEnElProces-1318631.pdf>
- Llano, A. & Llano, C. (07 de 2007). *Dilemas éticos de las empresas actuales*. Recuperado de <http://www.masvalores.com.ar/articulos/2007/07/004.pdf>
- Muñoz, M. (s. f.). *Ley de empresas en los Estados Unidos*. Recuperado de http://epikeia.leon.uia.mx/old/numeros/18/epikeia18-ley_de_empresas.pdf
- Portafolio (06 de 02 de 2009). *Inversión Extranjera Directa tiene efecto multiplicador positivo sobre economía nacional*. Recuperado de <http://www.portafolio.co/archivo/documento/CMS-4798514>



Estrategias para la producción escrita en inglés mediada por las TIC en los estudiantes del Programa de Tecnología en Asistencia Gerencial

Lorena Ángel Santamaría dangel@unicolmayor.edu.co / Harold Andrés Chantre hchantre@unicolmayor.edu.co
/ Gloria Astrid Moreno Cortés semilleroesefirot@gmail.com - Tecnología en Asistencia Gerencial – UCMC

Introducción

Este trabajo de investigación proyecta establecer estrategias mediadas por las TIC para la producción de textos escritos en inglés de los estudiantes del Programa de Tecnología en Asistencia Gerencial de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. El proyecto se realiza después de las reflexiones que se han adelantado en las clases de inglés, en las que se ha observado que los estudiantes presentan dificultades en la producción de textos escritos en inglés, y en muchas ocasiones en la presentación de sus trabajos se ha evidenciado plagio de otros autores o versiones muy deficientes copiadas de los traductores. Como parte del proceso académico, se han realizado diálogos al finalizar las clases para indagar de forma directa cuáles son las causas para la deficiente producción escrita. Como resultado de estas conversaciones académicas, se ha logrado identificar que las principales dificultades que se presentan en los estudiantes son la falta de vocabulario, la inseguridad a la hora de aplicar de manera correcta las estructuras gramaticales, el manejo de la ortografía y la puntuación, y el conocimiento de la sintaxis, es decir, del orden correcto de las palabras en inglés, que en algunos casos difiere totalmente del que se tiene en español. Se ha encontrado en el desarrollo de las clases que, a pesar de que los estudiantes conocen y reconocen el uso de las TIC como herramientas valiosas en su proceso de aprendizaje y desarrollo de su habilidad de escritura, en algunos casos se presenta dispersión de la información, y por esto prefieren copiar y pegar de traductores u otros textos. Lo anterior fundamenta las razones por las que se hace necesario realizar un estudio de investigación que permita establecer acciones de mejoramiento e implementar estrategias mediadas por las TIC, que apoyen y motiven a los estudiantes para realizar una mejor producción escrita en inglés. La investigación es de tipo cualitativo y toma los parámetros de la investigación acción participativa. Por lo anterior, como resultado de este trabajo, se proyecta proponer estrategias mediadas por las TIC para mejorar la producción escrita en los estudiantes de Tecnología en Asistencia Gerencial.

Planteamiento

Esta propuesta de investigación se fundamenta esencialmente en la pregunta: ¿Cuáles son las dificultades que tienen los estudiantes de Tecnología en Asistencia Gerencial presencial de la UCMC para producir textos escritos en inglés de forma fluida y coherente? Para responder esta pregunta se hace necesario plantear los siguientes interrogantes: ¿Por qué los estudiantes tienden a escribir en español y luego traducir el texto en inglés? ¿Cuáles son las causas para que los estudiantes presenten trabajos en inglés en los que utilizan traductores o copian de otros autores? ¿A qué se debe que los estudiantes se inclinen por utilizar las mismas palabras y estructuras en diferentes textos?

Objetivo general

Proponer estrategias para mejorar la producción de textos escritos en inglés de los estudiantes del Programa de Tecnología en Asistencia Gerencial de la UCMC, mediante la utilización de las TIC.

Objetivos específicos

- Reconocer las dificultades que tienen los estudiantes al producir textos escritos en inglés.
- Determinar las falencias gramaticales en inglés.
- Aplicar y apropiar las funciones gramaticales a la escritura de los textos en inglés.
- Identificar las herramientas tecnológicas que faciliten el proceso de escritura en inglés.

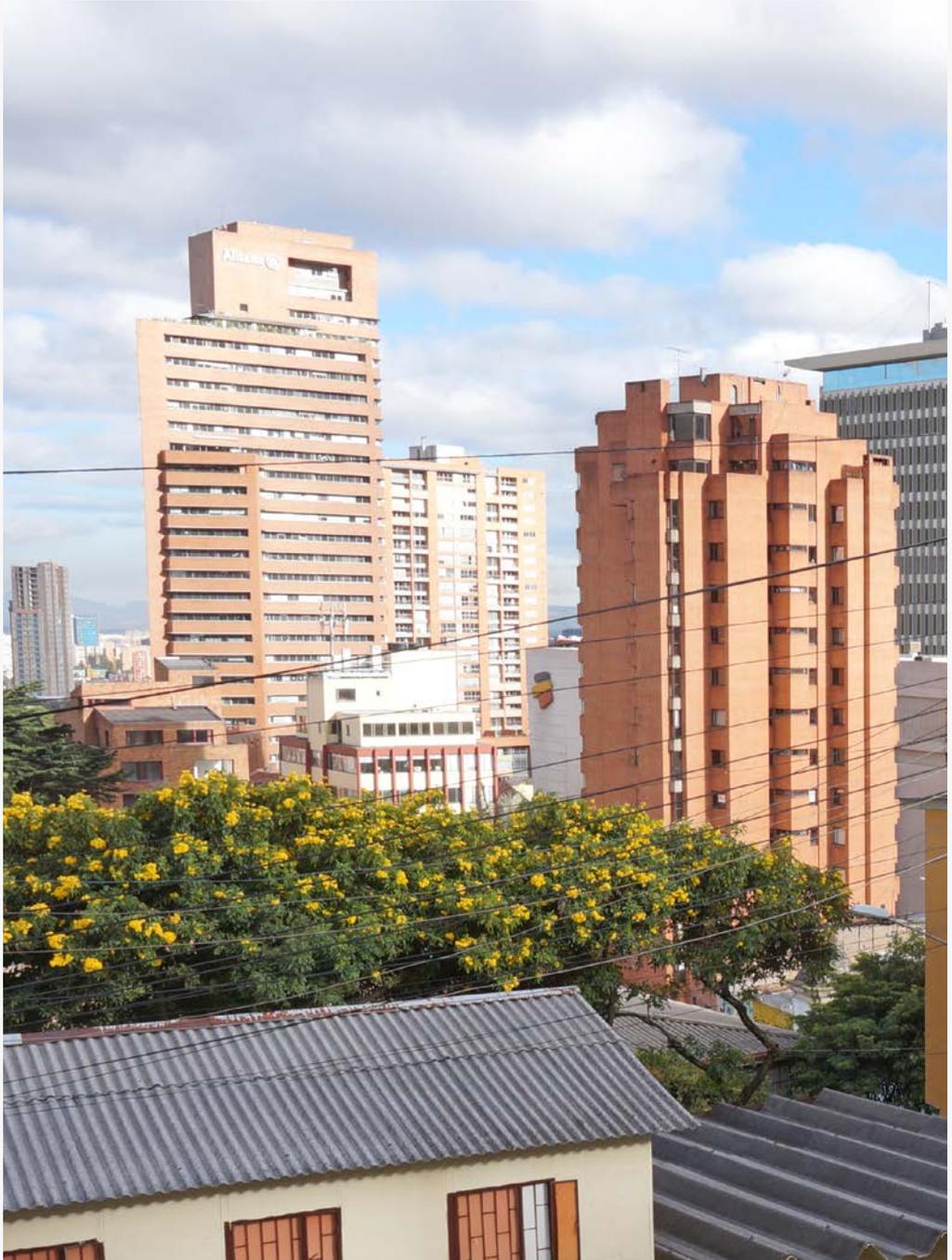
Referente

El referente teórico de este proyecto se direcciona en tres aspectos: 1. La escritura en inglés. La escritura es más fácil de manipular para aquellos estudiantes que no están listos física o psicológicamente para expresarse de forma oral en clase. Así mismo, puede reforzar lo que se ha practicado oralmente en clase, pues en este sentido las actividades escritas son aplicables a un grupo amplio si estas no requieren la supervisión del profesor. Por lo tanto, se considera necesario que los estudiantes tengan un aprendizaje autónomo o de forma independiente, considerando también la orientación por parte del docente y apoyándose en conocimientos grupales que fa-

ciliten la comunicación tanto escrita como oral. Continuando con los planteamientos de Herrera (s. f.), se expone que: “Si el fin es mejorar la expresión oral, la actividad escrita como tal no debe ser compleja. Si los estudiantes ya conocen los elementos básicos de la expresión escrita, tales como la gramática, el vocabulario y los signos de puntuación, la actividad se hace más sencilla”; es decir, si hay un conocimiento básico previo de estas estructuras gramaticales del inglés, esto hará más satisfactorio el completo conocimiento y una mejoría en el aprendizaje, ya sea grupal o individual, en el aula de clase o de forma independiente, dando preferencia a una segunda lengua. Así mismo, y de acuerdo con la teoría de Herrera: “El propósito del maestro es, por lo tanto, ayudar a sus estudiantes a producir sus propias composiciones. Pero para que los estudiantes hagan, tienen que establecer vínculos y desarrollar información, ideas o argumentos en secuencia lógica”. Se puede decir que sin prácticas de escritura, los estudiantes tienen dificultad en lograr la claridad, que es la meta en ejercicios escriturales.

2. El uso de la gramática en inglés. La asignatura Gramática Inglesa, como parte de la disciplina que estudia las estructuras de la lengua inglesa, tiene como tarea ofrecer a los estudiantes los conocimientos en gramática, a la vez que desarrolla habilidades de comunicación, aunque en ese sentido aún persisten dificultades en la forma como se lleva a cabo el proceso docente educativo de la gramática, debido al hecho de que si hoy es cierto que los estudiantes, desde los primeros años de la carrera, conocen las estructuras gramaticales por sus funciones comunicativas, al enfrentarse al análisis lingüístico de ellas presentan dificultades con su uso, lo mismo en el lenguaje cotidiano como en el científico, tanto en la expresión oral como en la escrita. De acuerdo con la teoría de Abbot (1977), “el conocimiento de las estructuras gramaticales es parte esencial para dominar un idioma extranjero”. Aunque a su vez establece que se debe enfatizar en la utilización de estas estructuras en un orden práctico, más que por lo descriptivo. Así, se puede discurrir que todos los autores antes mencionados coinciden en reflexionar que la habilidad se desarrolla en la práctica y que implica dominio de las formas de la actividad cognoscitiva y valorativa, es decir, el conocimiento en acción.

3. Uso de herramientas TIC para la escritura en inglés. La relación entre las TIC y la educación tiene dos vertientes: por un lado, los estudiantes necesitan conocer y aprender el funcionamiento de las nuevas tecnologías. Por otra parte, las TIC pueden aplicarse al proceso educativo y mejorarlo, ya que proporcionan una inmensa fuente de información, material didáctico y son un instrumento de productividad para realizar trabajos. Antes de lo anterior, según la teoría de Lleras (2003), “pertenecer a un pequeño grupo de modelos didácticos, que tratan de ayudar a los alumnos a aprender de manera significativa, no memorística, hace que los alumnos sean los que utilicen esa tecnología y la utilicen como un instrumento cognitivo; y favorecen la construcción del conocimiento en un contexto tecnológico diversificado y colaborativo, en el que pueden llevar a cabo tareas auténticas y reales, como las que



van a encontrar en la vida”. Para poder integrarlas a la escuela como herramientas que faciliten el aprendizaje, reduzcan el fracaso escolar y sean agentes de innovación y desarrollo social, el docente debe seguir una formación permanente. No hace falta que sean expertos en informática, pero sí deben conocer las herramientas TIC para desarrollar las nuevas competencias lingüísticas (comunicación, búsqueda de información) que surgen de la nueva interacción social en la sociedad de las TIC. Dando continuidad al planteamiento de Lleras (2003), “el uso de las TIC en la enseñanza de la escritura brinda excelentes oportunidades de ampliar el conjunto de herramientas disponibles para mejorar la calidad del aprendizaje de la misma. Las razones que fundamentan esta aseveración son sobre todo de orden cognitivo, y no se aplican sólo a la escritura”. Por otro lado, siempre existe la posibilidad de que haya plagio o su versión digital, el “copy-paste”. Para evitar estas prácticas será necesario recordar las razones por las cuales no resulta ético ni legal proceder de este modo, y además aclarar que cualquier profesor de idiomas puede ver muy fácilmente la diferencia entre la sintaxis y el vocabulario de un hablante nativo y lo que es posible esperar de un alumno, en especial cuando no ha llegado al nivel avanzado. Con este fin se han incorporado al material de estos cursos archivos sobre plagio y modos de citar textos. Esto resulta particularmente importante para los alumnos de grado, que pueden desconocer estas normas en alguna medida. En correlación con lo anterior, según la teoría de Lleras (2003): “La saludable costumbre de probar y aplicar permite descubrir el sentido y la potencia de los conocimientos y habilidades adquiridas”.

Metodología

El transcurso y realización de la presente investigación se desarrolló bajo un enfoque metodológico cualitativo basado en la Investigación Acción Participativa (IAP), planteada por Kemmis & McTaggart, quienes basan su teoría en una espiral de cuatro ciclos: 1. Planeación; 2. Acción para implementar el plan; 3. La observación de los efectos de la acción en el contexto en el cual ocurre; 4. La reflexión en torno a estos efectos, como base tanto para planeaciones futuras como para acciones. La población que se tomó para el estudio fueron los estudiantes como docentes, de los semestres I, III, VI del programa, teniendo en cuenta la capacidad de abrir espacios comunicativos y hábitos de desarrollo textual, en el que los estudiantes se enfrentan a una realidad, de modo que actúan posibilitando ver cómo podrían experimentarse nuevas fórmulas educativas para provocar conscientemente un cambio total de aprendizaje satisfactorio, apoyado en el conocimiento colectivo de cada uno de los estudiantes. De igual forma, se utilizaron como instrumentos pruebas, diarios de campo, una encuesta que tenía como objetivo principal identificar las falencias y el conocimiento que tienen los estudiantes, de acuerdo con la pregunta problema: ¿Cómo mejorar

las estrategias para la producción escrita en inglés mediada por las TIC, de los estudiantes del Programa de Tecnología en Asistencia Gerencial de la UCMC? La técnica de la encuesta facilitó, en gran parte, la obtención de datos veraces, puesto que los resultados de la encuesta, diligenciada por los estudiantes del programa, representan un producto factible, en el que se analizó el dominio estructural de la gramática al redactar textos en inglés; además, se implementaron herramientas tecnológicas en las que los estudiantes interactuaron de forma participativa y colaborativa, utilizando herramientas como “wiki” y blogs. Otros instrumentos de trabajos que se incluyeron fueron pruebas de diagnóstico, en las que se les pidió a los estudiantes escribir un texto de tema abierto; de acuerdo con esto, se pudo detectar que a los estudiantes no se les facilita el buen uso de la gramática y la buena coherencia dentro de un texto.

Resultados esperados

El proyecto pretende proponer estrategias para mejorar la producción de textos escritos en inglés de los estudiantes del Programa de Tecnología en Asistencia Gerencial de la UCMC, mediante la utilización de las TIC.

Bibliografía

- Díaz Herrera, B. & Galván Vidal, I. (s. f.). *Importancia de la escritura dentro del inglés con fines específicos: impacto de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. Universidad de Pinar del Río, Cuba.
- Enríquez, C. S. (2011). La enseñanza de la escritura en entornos virtuales. *Revista de la Escuela de Lenguas Puertas Abiertas*. ISSN 1853-614X.
- Kemmis, S. & McTaggart, R. (1988). *Investigación Acción participativa*. Victoria: Deakin University Press.
- Rodríguez, D. O. (2007). *Gramática y enseñanza del inglés: una reflexión*. La Vigía, Camagüey, Cuba, septiembre 2005.
- Saorín Iborra, M. C. (2003). La escritura. Capítulo IV. Universitat Jaume I. Departamento de Filología Inglesa y Románica; Palmer Silveira, Juan Carlos.
- Vigó, M. A. (2005). *Papel de la gramática en la enseñanza de la lengua inglesa*. Universidad Pedagógica “Raúl Gómez García”, Guantánamo, Cuba.

Digital Cloud for Designers: Contact me!

Ingrid Julieth Solano Mesa solano-ingrid@hotmail.com / Viviana Andrea Camargo Díaz viv.and0412@gmail.com
/ Jhon Alejandro Mendoza jaleandromendoza@unicolmayor.edu.co - Programa de Diseño Digital y Multimedia – UCMC

Introducción

Dentro del ámbito educativo de la UCMC se promueven las prácticas empresariales para los profesionales en formación de las diferentes carreras que la institución ofrece. Una de ellas, Diseño Digital y Multimedia, pionera en este oficio y que no cuenta con graduados aún, brinda también la posibilidad a las personas que está formando de emplear los conocimientos adquiridos durante el paso de cada semestre académico en un ámbito laboral. La investigación propuesta se centra en el proceso de comunicación existente para contactar empresas que requieran profesionales en formación en Diseño Digital y Multimedia, trascendiendo el entorno académico, ya que esta problemática puede potencialmente incidir en el vínculo laboral entre diseñadores y cualquier otra entidad o persona que requiera sus servicios. Planteado el asunto que nos compete conocer, la fuente principal la constituye el plan de estudios de la carrera que se encuentra estipulado en el semestre (VIII), en el que se realizan prácticas empresariales. El encargado de estas prácticas contacta a las empresas que posiblemente puedan necesitar un profesional en el área y estas responden a su solicitud, de esta manera, hoy se genera un vínculo de comunicación entre los profesionales en formación y las empresas interesadas en el área; sin embargo, se considera aquí que este puente creado podría ser potenciado y ser más eficaz, agilizando los procesos de contacto y contratación de los posibles practicantes. Es relevante resaltar que la investigación atiende más a la capacidad de enriquecimiento del proceso de comunicación mediante el diseño digital y multimedia, que al temor de no encontrar un espacio en el mundo laboral para dichas personas, puesto que se trata de un nuevo oficio en el que se requieren, ante todo, jóvenes emprendedores dispuestos a atender las nuevas demandas del mercado que existen en la actualidad. Esta investigación es propuesta con la finalidad de atender una necesidad presente en el medio laboral y en el mercado, como es de contar con un sistema de comunicación actual eficiente y eficaz, que pueda servir como puente entre los profesionales en formación y las empresas de diseño, con el propósito de buscar un mecanismo que mejore esta conexión para poder encontrar empresas que requieran estos futuros profesionales en

diseño. Se hace necesario que dentro de la investigación que se desarrolla se evalúe la dificultad que se nos presenta al cuestionarnos: ¿en qué tipo de actividad económica se encuentran las organizaciones que requieren los servicios de un profesional en diseño digital y multimedia y el mecanismo de acción para acceder a ellas? Para esta investigación se propuso realizar en dos etapas los objetivos específicos, con el fin de tener una mejor planificación y estructuración de las tareas que se van a seguir para el cumplimiento del objetivo general. Estas etapas corresponden a dos procesos: el primero, es más general en cuanto a investigación, como es la recolección y análisis de datos para la obtención de conclusiones que alimenten el proceso número dos, que trata sobre la investigación enfocada al diseño de nuestro producto que corresponde a la materialización final del trabajo. Dichas etapas de objetivos específicos se encuentran enmarcadas de acuerdo con la metodología de investigación etnográfica (investigación centrada en las personas), pero cada etapa tendrá su propio enfoque de metodología. La primera etapa corresponderá a la investigación social con enfoque integrador de los métodos cualitativos y cuantitativos. Y la segunda etapa, a la investigación de diseño iterativo con el empleo de mecanismos de investigación propios del diseño, por ejemplo: *card-sorting* y *free-listing*.

Planteamiento

Entendiendo la responsabilidad social que asume un profesional al egresar y gracias a las competencias desarrolladas dentro del proceso de formación académica, el diseñador digital y multimedia se encuentra en la posibilidad de ofrecer su capacidad de emprendimiento tanto para su búsqueda de oportunidades laborales en las empresas del sector (para las cuales esta cualidad representa un valor agregado dentro de las organizaciones), como para iniciar sus propios proyectos de emprendimiento. Es evidente que, gracias a las prácticas empresariales que se tienen estipuladas en el plan de estudios de la carrera, existe una comunicación que posibilita vincular a los estudiantes con una empresa, pero, así mismo, se puede afirmar como hipótesis, que aunque existe un vínculo que posibilita las prácticas empresariales para los diseñadores en formación, es posible potenciar este puente, con el fin de aprovechar al máximo los beneficios que está otorgando al programa y a los profesionales en formación, por lo que la búsqueda, contratación o aplicación a un empleo o práctica empresarial puede ser efectuada con más eficiencia. ¿Cómo un profesional en formación en diseño digital y multimedia podría disponer de un canal de comunicación directa con las empresas que ofrecen una oportunidad laboral en las líneas de énfasis que contempla la carrera (Diseño para la experiencia, Ideación y visualización del espacio, Gestión de proyectos audiovisuales, Ilustración digital, Multimedia aplicada)? Uno de los mecanismos más reconocidos hoy en día para la presentación de proyectos en el campo

del diseño es el portafolio de trabajos. Se observa actualmente que la comunicación entre los profesionales en formación y las empresas que podrían demandar sus servicios no ocurre en los mejores términos o, cuanto menos, no en toda su potencialidad por múltiples razones, entre ellas una de las principales, el hecho de que la mayoría de los diseñadores digitales en formación no tienen un portafolio de presentación aparentemente debido a desmotivaciones por falta de proyectos que se consideren competitivos o por desconocimiento sobre la importancia de contar con un portafolio de trabajos serio y profesionalmente bien elaborado. A partir de estas reflexiones generadas mediante la observación de la cotidianidad académica de los profesionales en formación de la carrera (de los cuales el grupo de investigación forma parte), se formula la siguiente pregunta, que sería centro de la investigación: ¿Cómo, desde el diseño digital y multimedia, es posible potenciar el puente de comunicación entre diseñadores en formación y empresas, con el fin de facilitar las relaciones laborales entre estos dos actores?

Objetivo general

Diseñar un entorno digital que sirva como puente de comunicación, que potencie la conexión entre diseñadores digitales y multimediales y empresas que requieran sus servicios, con el fin de facilitar las relaciones laborales y de prácticas entre estos dos actores.

Objetivos específicos

Reconocer el sistema académico y los mecanismos que permiten la realización de las prácticas profesionales, identificando sus fortalezas y debilidades. Caracterizar la problemática desde un enfoque etnográfico (estudiantes, docentes, empresas, etc.) dentro del contexto educativo, mediante la recolección de datos y su interpretación. Determinar las principales causas que hacen que actualmente el puente entre los diseñadores en formación y las empresas no funcione en su máximo potencial. Desarrollar un ejercicio proyectual que capitalice la información recolectada a manera de diagnóstico para materializar un producto propio del diseño digital y multimedia, que pueda ser usada para potenciar la comunicación del puente entre los diseñadores en formación y las empresas.

Referente

Si bien diseñar un entorno digital que sirva como un puente de comunicación entre diseñadores y personas o empresas que requieran los servicios de estos, es un

trabajo que necesita tiempo e investigación, pues lo que se busca generar es una conexión laboral casi que directa entre los protagonistas, ya mencionados, del proceso de comunicación. Al hablar de diseñadores y su forma de establecer vínculos laborales, se hace referencia a su carta de presentación: el portafolio, que nace del contexto artístico, en especial dentro de la arquitectura y el diseño; un portafolio es, en muchos aspectos, como una ventana que se abre, no solo ante el trabajo del estudiante, sino ante su manera de pensar. La presentación del material y el análisis e interpretación del interés puesto en la creación de cada elemento, daría lugar a volúmenes enteros sobre el carácter de la persona que ha compaginado todo el material (Spears). También el portafolio es una herramienta en la que se organiza, gestiona y publica evidencias de aprendizaje, que no solo alcanza usos académicos, sino que también se utiliza en un ámbito personal, y que con la ayuda del mundo digital encuentra otros espacios para ser difundida con la libertad del usuario para decidir el grado de privacidad que tiene su trabajo. “Definimos el portafolio como una recopilación de evidencias (documentos diversos, viñetas, artículos, prensa, publicidad, páginas web, notas de campo, diarios, relatos...) consideradas de interés para ser guardadas por los significados con ellas construidos” (Agrá, Gewrec & Montero, 2003, pp. 101-114). De esta manera, el portafolio es solo un contenedor que alberga aquellos proyectos que se considera tienen un significativo potencial para ser presentados al mundo y lanzados a competir en el mercado laboral. Tomando como referencia una aplicación ya existente, llamada Carpeta digital, la cual es principalmente usada con propósitos académicos, es posible reconocer que toda herramienta que ayude a un usuario a crear un portafolio digital debe tener una estructura y lineamientos básicos. Organizar la interfaz de manera que el usuario tenga diferentes opciones tanto de menús como de contenidos, hace del recorrido virtual una experiencia más intuitiva. “El uso de la Carpeta digital me ha ayudado a hacer un buen seguimiento de los contenidos”. Tener parámetros que son obligatorios, como información personal del usuario, o complementarios, como pequeñas reseñas, notas de audio y fotografías, entre otros, ayudan a crear un espacio más completo para las empresas que en el momento están revisando el portafolio; agregar opciones que tengan funcionalidades, las cuales facilitan el contacto y comunicación entre empresas y diseñadores, como mensajes privados, sugerencias y comentarios al sistema, fortalecen la interactividad que tiene la aplicación. “La experiencia de su uso genera también nuevas ideas, tanto técnicas como pedagógicas, tanto de diseño como de utilización, que contribuirán a afianzar el ciclo de diseño-uso-implementación, y a mejorar tanto el sistema como su adecuación a las situaciones” (Rodríguez, J. L. *et al.*, 2009). En “El portafolio como herramienta de análisis en experiencias de formación on-line y presenciales”, Jesús Agrá, Adriana Gewerc y Lourdes Montero proponen una serie de elementos que debería tener

todo portafolio empleado como herramienta educativa. En este caso, y acoplando el documento de referencia a la investigación planteada, se han tomado como elementos relevantes los siguientes: “Documentos: una selección de los documentos producidos en las actividades desarrolladas en los módulos del curso, también se pueden incluir trabajos realizados por iniciativa propia o por sugerencias de los profesores. Carpeta del proyecto: incluye borradores o bocetos y otras aportaciones que proporcionan pistas para examinar y comprender el proceso de su realización”. Dentro del contexto del diseño y el entorno digital, surge un concepto que describe la nueva forma de generar una red de trabajo o contactos sin necesidad de pasar por intermediarios dentro del proceso de comunicación: se trata del *Networking*. Entendido como “una red de contactos”, que establecidos una vez, se puede “acudir a actividades y eventos con el fin de incrementar su red de contactos profesionales y buscar oportunidades de negocio”. *Networking*, como práctica, permite “construir relaciones con personas de tu entorno profesional que quieran hacer negocios contigo o con las que puedas hacerlo en un futuro de una forma u otra”. (López, 2010). En esta investigación se referencia al *Networking*, ya que aunque se encuentre presente a diario en la vida de las personas, es un nuevo concepto que da cuenta de una forma diferente de crear relaciones laborales, es decir, es un puente que posibilita la conexión de una persona con otras que, sin importar si se relacionan o no con su profesión, están interesadas en los servicios que presta, lo que facilita la posibilidad de compartir y generar experiencias que nutran el crecimiento profesional del *networker*. *Networking* se convierte en un medio para, con más claridad, abordar a las personas con las que se quiere generar un contacto. En la *weblog*, “círculo mujeres empresarias estepona”, se recrea un ejemplo que evidencia los beneficios de pertenecer a un *Networking*, proponiendo crearlo para una comunidad específica: “La red social de contactos creada especialmente para mujeres, se adapta mejor a la disponibilidad de las mujeres y los ponentes se eligen ‘a medida’. Las mujeres suelen sentirse más cómodas exponiendo sus preocupaciones y problemas en un entorno femenino, especialmente cuando se trata de aquellas mujeres que deben compaginar la vida profesional con la familiar. La posibilidad de dar a conocer el negocio o la empresa en una zona de influencia geográficamente interesante. Conocer de forma directa a una nueva clientela potencial para el negocio. Conocer a otras empresarias y profesionales con quien se puede desarrollar una relación o colaboración profesional. La posibilidad de compartir bases de datos, con el fin de extender las relaciones en un tiempo reducido. Obtener inspiración y motivación por parte de otras mujeres. ¡Simplemente escaparse de la empresa! No nos engañemos, de vez en cuando necesitamos salir, con el fin de establecer relaciones sociales en un entorno positivo, rodeadas de mujeres con talento. Compartir ideas y mejores prácticas. Combatir la sensación de aislamiento. La posibilidad de asistir

a charlas relacionadas directamente con el mundo empresarial. La posibilidad de practicar el 'Networking' en un entorno conocido. Esto aumentará la autoestima. Aumentar los conocimientos generales del mundo empresarial y así entender las diferentes perspectivas" (Cabrera, 2008). Si se propone un *Networking* para mujeres empresarias, ¿por qué no crear un *Networking* para diseñadores? Por eso, el concepto de esta palabra es importante para esta investigación, pues puede esbozar en gran medida un mejor panorama para cumplir el objetivo que dé solución al problema planteado. Un comentario de un estudiante, en el cual resalta cómo el funcionamiento del sistema "Carpeta digital" ayuda a organizar su portafolio digital (Rodríguez *et al.*, 2009).

Metodología

La metodología que se va a emplear se basa en un estudio etnográfico, es decir, un estudio centrado en las personas, con enfoque integrador de los métodos cuantitativos y cualitativos. En conjunto, se realizará una investigación basada en grupos focales, que apoyarán el avance del trabajo y serán puntos claves en los resultados obtenidos de cada objetivo específico. Como la investigación se genera dentro de un contexto académico en la subárea de diseño, la investigación también tendrá una metodología enfocada en esta, en este caso, se investigará de acuerdo con el diseño iterativo, aplicado a productos de diseño y enfocado en la usabilidad. Las herramientas necesarias para llevar a cabo la investigación con las metodologías propuestas son la entrevista, la encuesta, los grupos focales, *card-sorting*, *free-listing*, entre otros, que, junto con las fuentes primarias y secundarias, como profesionales en formación y docentes del pregrado de Diseño Digital y Multimedia y empresas de diseño y documentos de referencia, enriquecen la investigación y la metodología que se va a aplicar.

Resultados esperados

Con la investigación se busca dimensionar de manera objetiva el contexto laboral en el cual es posible aplicar las competencias académicas adquiridas, además de los medios que se van a utilizar para alcanzar las organizaciones que desconocen los beneficios ofrecidos por profesionales en Diseño Digital y Multimedia. Con base en los objetivos específicos propuestos, con esta investigación se espera caracterizar, en su mayor extensión, la problemática para que los prejuicios se fundamenten en las conclusiones obtenidas a partir de esta. También se espera que el entorno digital diseñado sea efectivo y funcione como un potencializador del sistema de comunicación con el que se cuenta en la actualidad en el pregrado de Diseño Digital y Multimedia.

Bibliografía

- Agrá, J., Gewerc, A. & Monterio, L. (2001). *El portafolio como herramienta de análisis en experiencias de formación on-line y presenciales* [libro en línea]. Disponible en http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:20329&dsID=portafolios_herramienta.pdf
- Cabrera de V., S. (2008). El concepto "Networking" [página web]. Disponible en: <https://circulomujeresempresariasestepona.wordpress.com/el-concepto-networking/>
- Rodríguez Illera, J. L. *et al.* (2009). Portafolios electrónicos para propósitos múltiples: aspectos de diseño, de uso y de evaluación. *RED, Revista de Educación a Distancia*. Número monográfico VIII - 30 de abril de 2009. Número especial dedicado a portafolios electrónicos y educación superior. Disponible en: <http://www.um.es/ead/red/M8/ub.pdf>





Las “tierras raras”: un monopolio estratégico

Andrés Felipe Alvis Rojas aalvis@unicolmayor.edu.co - Programa de Economía – UCMC

Introducción

Desde la demanda de los Estados Unidos y la Unión Europea (UE) a China ante la Organización Mundial del Comercio (OMC), debido a la restricción de exportaciones de “tierras raras” por parte de China a los Estados Unidos, y las grandes limitaciones en cuotas exportadoras a la UE, llama mucho la atención la relación y el vínculo que existe entre “tierras raras”, grupo de elementos químicos, y dichas situaciones. Las denominadas “tierras raras” no son tan “raras” como su nombre lo muestra, pues se les conoce así por el simple hecho de encontrarse en pequeñas concentraciones y en muy pocos países, además su producción mundial está dominada por China, que posee el 97% de su cadena productiva.

Debido al cambio de mentalidad en el uso de energías limpias y renovables, el hecho de que el petróleo mundial es limitado y desde ya se anuncia que se agotará dentro de muy poco, y que el incremento en el consumo de artefactos tecnológicos se ha disparado en las últimas décadas, todos estos factores han promovido la necesidad de buscar nuevos sustitutos para subsanar este problema. Por esto, podemos intuir con facilidad que estas “tierras raras” van a tener, a mediano plazo, una importancia estratégica para el país que las posea, pues se convertirán en el nuevo oro o petróleo para el mundo. En esta investigación se hará hincapié en la necesidad y la importancia de estas “tierras raras” en la producción de nuevas tecnologías en sectores como el energético, el militar, el transporte, las telecomunicaciones, etc., campos que para cualquier país son de suma importancia, llegando a ser un significativo comodín para la manipulación política.

La primera pregunta que nos debemos hacer es: ¿Qué son las tierras raras? La Real Sociedad Española de Química las define como “la constitución de un grupo de 17 elementos que se enmarcan en el grupo 3 de la tabla periódica” (Porcher, Puche, Maestro & Cascales, 2000, pp.11-26).

Estos elementos son: escandio, itrio, lantano, cerio, praseodimio, neodimio, prometio, samario, europio, gadolinio, terbio, disprosio, holmio, erbio, tulio, iterbio, lutecio y podríamos contar al coltán, aunque este último es el resultado de la fusión de la columbita u óxido de niobio con hierro y manganeso, y la tantalita u óxido de tántalo con hierro y manganeso (Lunar y Martínez, 2007).

La primera aclaración debe ser en el nombre de “tierras”, pues estos son minerales y no tierras; la segunda aclaración es la de “raras”, ya que dichos minerales no son raros, abundan en el planeta, aunque actualmente son un monopolio chino, pues poseen el 97% de la cadena de producción mundial. Su difícil y contaminante extracción las hace “raras”, aunque este término se deriva de la traducción del nombre que se le dio en los Estados Unidos, “Rare Earth Elements”, dado que se suelen encontrar en bajas concentraciones; otra de las dificultades es su explotación comercial, que es compleja, costosa y también de un agresivo impacto ambiental. Sin embargo, sus aplicaciones son múltiples, ya que se utilizan en sectores vitales para el desarrollo económico, como los campos de la informática y las energías renovables, y también son de gran interés para el sector de la defensa militar y las telecomunicaciones.

Algunos productos que se fabrican con estos elementos son: aleaciones para aviación y vuelos espaciales, láseres, bombas inteligentes, sonares, lentes de visión nocturna, monitores, sistemas de alarmas, detectores de minas, superconductores, motores, imanes, reactores nucleares, turbinas eólicas, microchips, aviones no tripulados, autos híbridos y eléctricos, tomógrafos, baterías, pantallas táctiles de celulares, computadoras, televisores, tabletas, bombillas ahorradoras, discos duros, fibra óptica y muchas otras aplicaciones en aparatos de medicina, la industria militar y de telecomunicaciones.

Según un artículo publicado por la revista *Le Monde*, “China produce el 97% de las tierras raras del mundo y de ellas el 70% se procesan en Baotou” (Bontron, 2012). Este procesamiento incluye la extracción, producción y posterior refinamiento, la obtención de aleaciones y, en menor medida, la fabricación de imanes de nueva generación para molinos eólicos y autos eléctricos e híbridos; por esta razón, la importancia estratégica se deriva no solo de su destacado papel en la industria informática y civil, sino también en los diferentes sistemas de generación de energías renovables, así como en la fabricación de armamento y material militar. Todo esto, unido a su creciente uso en el mundo, dada la constante sustitución y renovación tecnológica, asociado también con la fuerte concentración de su producción en manos de China, hace de las “tierras raras”

un conjunto de materiales de crucial importancia para la soberanía económica y política de cualquier país.

La mayor preocupación está en los Estados Unidos, Japón, Canadá y la Unión Europea, que ya han mostrado de una u otra forma su impaciencia, debido a su total dependencia a ellas, pues utilizan las “tierras raras” para una gran gama de productos que exportan y fabrican, como discos duros de ordenadores, teléfonos móviles inteligentes, pantallas de televisión, monitores de computadoras, pantallas táctiles, vehículos híbridos, turbinas eólicas, paneles solares y lámparas de bajo consumo.

Este mercado ha sido controlado de manera progresiva por China en muy pocos años, mediante una política de inversión en la explotación de los yacimientos de este país, principalmente la gran mina de Baotou, situada en la región autónoma de Mongolia Interior, así como la compra de empresas que explotan yacimientos en otros países y la creación de plantas especializadas en el procesamiento del mineral obtenido y sus derivados.

A lo anterior se suman unos costes muy bajos de explotación, tanto medioambientales como salariales, lo que ha provocado el abandono de las inversiones en la explotación de estos recursos en Japón y la UE; un caso particular es el de los Estados Unidos, donde “la mina de Mountain Pass, operada por Molycorp, en California, es la mayor mina de su tipo en el país en producción desde principios de 1960, siendo cerrada temporalmente en 2002 debido a las restricciones ambientales, acompañada de la bajada de precios de este recurso”.

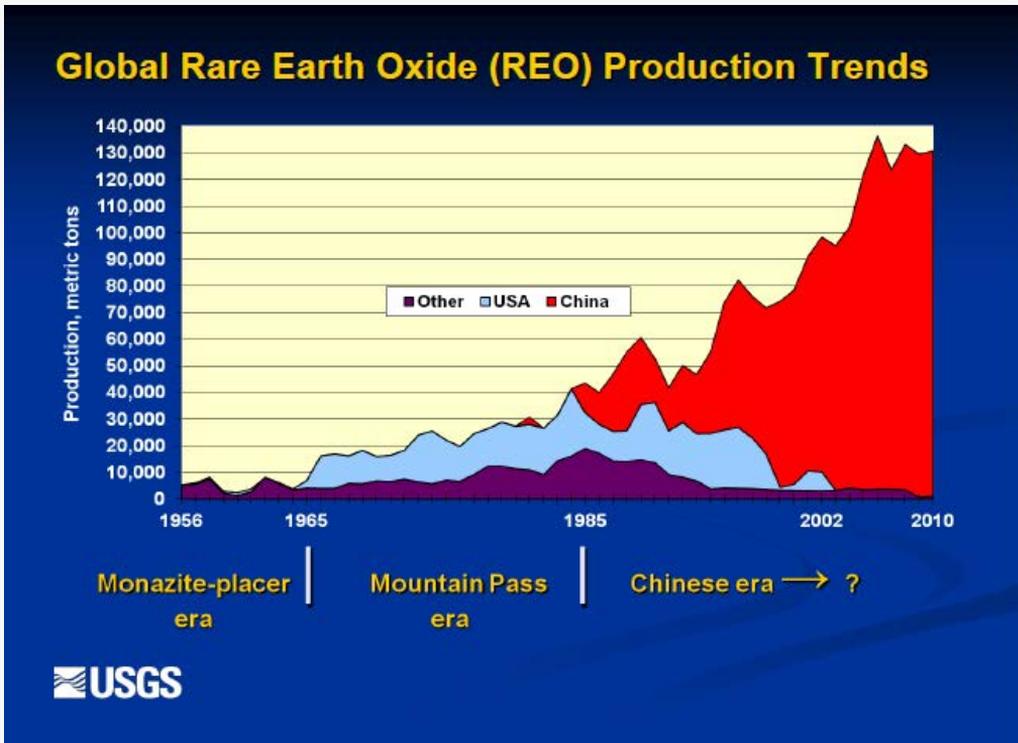
Dado que sus costos de mano de obra eran elevados y el impacto ambiental ha sido tan nefasto, que acabó con todo un ecosistema y un lago totalmente contaminado con consecuencias muy graves en la actualidad.

En la gráfica 1 podemos apreciar cómo los países que han dominado la



producción mundial de estos elementos hasta el 2002 fueron arrasados por la producción china, destacando, por una parte, el periodo de dominación de los Estados Unidos, que empezó a mediados de los años 60 y en el que fue un líder indiscutible durante más de dos décadas. Por otra parte, se observa cómo a finales de los 80 China empezó a producir con una fuerza arrolladora al tiempo que Estados Unidos perdía peso de forma progresiva, hasta el punto de desaparecer del mercado cuando cerró la gran mina de Mountain Pass en el 2002, debido a su elevado coste de explotación y a los graves impactos ambientales.

Gráfica 1. Tendencias mundiales de la producción de “tierras raras”. Se observa el comportamiento de la producción mundial de “tierras raras” en países como Estados Unidos, China y otros productores, desde 1956 hasta el 2008. Cordier, D. J. (2011). Global rare-earth-oxide production trends. The Mountain Pass deposit is in California. Recuperado de <http://tvernedra.ru/RedkozemKit.pdf>.



Según cifras del Instituto Español de Estudios Estratégicos (IEEE), China ha elevado su producción en un 10% anual, de la cual entre un 70 y 80% es para su producción interna, lo que deja entrever que China ha crecido y desarrollado en

los últimos diez años nuevos productos tecnológicos exportables, como la firma de telecomunicaciones y productora de celulares, tabletas y microchips de origen chino Huawei, que en el 2010 tomó el liderazgo como la mayor empresa multinacional de telecomunicaciones, y como una de las compañías líder en la producción y venta de celulares de alta tecnología, desplazando a gigantes de la industria como Samsung, Nokia, Motorola, y dejando en banca rota a otras como BlackBerry y Ericsson. China ya no es solo una potencia en producción de bienes primarios o servicios, sino que se proyecta como una superpotencia en tecnología a mediano plazo.

En la tabla 1, Quiroga (2009), doctora y profesora de Economía de la Universidad Francisco de Victoria en España, concluye que “En el periodo 2000-07, el crecimiento de las exportaciones e importaciones chinas fue del 22,5 y el 18%, respectivamente, frente a un 5,5% de media a nivel mundial” (p. 13).

VOLUMEN DE INTERCAMBIO DE MERCANCÍAS POR REGIONES
(CRECIMIENTO EN %)

	EXPORTACIONES		IMPORTACIONES	
	2000-07	2007	2000-07	2007
Mundo	5,5	6,0	5,5	5,5
América del Norte	3,0	5,0	4,0	2,0
América Central - Sur	6,5	3,5	8,0	17,5
Europa	4,0	3,5	3,5	3,5
Rusia + CEI	8,0	7,5	17,0	19,5
Asia	10,5	11,5	8,5	8,0
China	22,5	19,5	18,0	13,5

Fuente: OMC

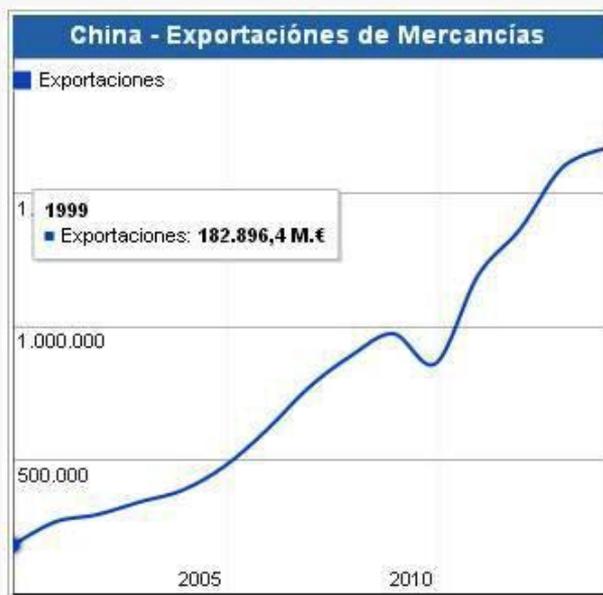
Tabla 1. Exportaciones e importaciones de los principales países y el mundo. Quiroga, G. C. (2009). Anuario Jurídico y Económico Escurialense (p. 13). China, 30 años de crecimiento económico.

Y según datos del sitio web Datos Macro, “en el 2014 las exportaciones en China crecieron un 5,99% respecto al año anterior” (S. A., 2014), teniendo una tendencia creciente en sus últimos diez años, gozando de un superávit en su balanza comercial

muy marcada a lo largo de esta última década, ya que las importaciones, aunque crecieron, fueron menores que las exportaciones.

Si analizamos la evolución de las exportaciones en China (gráfica 2), en los últimos años se observa que se han incrementado respecto al 2012, como ya hemos visto, al igual que ocurre respecto al 2003, cuando fueron de 387.401,1 millones de euros, que suponía un 26,70% de su PIB, donde las “tierras raras” representaban para el 2010 el 21,36% del total de exportaciones, con un crecimiento a un ritmo del 10% anual. Todo esto refleja en pocas palabras, que las “tierras raras” se convertirán en una de las razones de lo que podríamos estar llamando la “bonanza de las tierras raras” en China. Ahora bien, si observamos el pequeño pico descendente en la gráfica entre el 2009 y el 2012, puede significar un declive en las exportaciones chinas, debido muy probablemente al coletazo de la crisis financiera mundial que se presentó entre el periodo 2008-09.

Gráfica 2. Exportaciones de mercancías de China. S. A. (2014). *Datos Macro*. España. Recuperado de <http://www.datosmacro.com/comercio/exportaciones/china>



En cuanto al mercado de las “tierras raras”, “para el 2010 la demanda mundial de tierras raras era de 136.000 toneladas, proyectando así para el 2015 el aumento del valor en torno a las 200.000 o 300.000 toneladas” (Sirvent, 2012, p. 10), por tratarse de un mercado que crece anualmente un 10%, incluso en una época de cri-

sis económica como la que se estaba viviendo. De esta cifra, China podría producir unas 140.000, pero dedicará a su consumo interno al menos un 70 u 80%, por ende, resulta evidente la necesidad de empezar a explotar yacimientos en otros países y a recuperar empresas y tecnologías de refinado abandonadas hoy día, por causa de las leyes estatales y de una falta de visión estratégica en países de todo el globo.

Por esta razón y por la restricción de “tierras raras” de China a los Estados Unidos, el gobierno estadounidense decidió recuperar la mina de Mountain Pass en California, abandonada en el 2002 debido a que su coste de explotación no podía competir con los costes laborales y medioambientales chinos, ni con la política de subvenciones masivas llevadas a cabo por dicho país.

Para hablar de la importancia estratégica en la política, en el 2010 pudo verse la fuerte manipulación del país asiático para buscar la liberación de un capitán de un pesquero de nacionalidad china, que fue capturado por Japón en una zona comercial marítima en disputa. China, para presionar su liberación, apeló a la no exportación de “tierras raras” a Japón, con la única consecuencia de la posterior deportación del ciudadano chino a su país de origen¹. En cuanto a las demandas de los Estados Unidos y la Unión Europea ante la OMC, solo hasta el mes de octubre del 2014 este organismo emitió su primer dictamen, en el que obligó a China a aumentar las cuotas exportadoras en un 8% a la Unión Europea y restablecer las exportaciones a Estados Unidos².

-
- 1 “La guerra de las tierras raras comenzó en 2010, cuando China decidió suspender la exportación a Japón de estos **óxidos** metálicos, en represalia por la decisión de Japón de detener y juzgar al capitán de un barco pesquero chino que se había introducido en el **área** marítima de las islas Daiyou (o Senkaku, según Japón), que ambos países reclaman como propias y en cuyas cercanías se sospecha hay importantes reservas de gas y petróleo. Por supuesto, Japón se vio obligado a liberar al marino y los medios de comunicación empezaron a mencionar un tema que hasta el momento solo manejaban unos pocos entendidos. China argumentó que la suspensión de exportación de tierras raras no estaba relacionada con ese caso, sino que respondía a una política de limitar su extracción, debido a que esta actividad es sumamente contaminante. Si bien las tierras raras no pueden considerarse radiactivas, sí suelen encontrarse junto a otros elementos radiactivos”. Doudchitzky, Y. (20 de abril del 2012). Las tierras raras, nueva guerra del siglo XXI. *Portal de las culturas*. Recuperado de <https://portal-delasculturas.wordpress.com/2012/03/22/las-tierras-raras-nueva-guerra-del-siglo-xxi/>
 - 2 Un panel de resolución de disputas en la OMC determinó el miércoles en Ginebra que China no justificó adecuadamente su imposición de cupos y aranceles a la exportación. Los productores siderúrgicos de Estados Unidos aplaudieron la decisión de la OMC. “Entre esos metales hay materias primas decisivas para la siderurgia, y la restricción de exportaciones claramente favorece a los productores chinos, cuya siderurgia ya tiene sobrecapacidad”, dijo en un comunicado Thomas Gibson, el presidente del American Iron and Steel Institute. China tiene 60 días para adaptarse a la decisión o apelarla.

Conclusiones

Las “tierras raras” son de una gran importancia estratégica militar, en las telecomunicaciones, la informática, en la industria energética e imprescindibles hoy día para toda nueva tecnología, por esto se les puede bautizar como el “nuevo petróleo”. El monopolio chino y el control de precios que puede ejercer dada sus restricciones comerciales y la baja en sus cuotas exportadoras, así como la decreciente producción, podremos predecir que, en un futuro cercano, se presentará una alta volatilidad en los precios de artículos con alta tecnología incorporada, manipulaciones políticas mediante limitaciones comerciales y un creciente superávit comercial de China frente al mundo, mercados negros que los gobiernos prefieren ignorar, como el caso de Colombia y el tráfico del coltán, usado por varios grupos al margen de la ley para financiar sus actividades delictivas, o las guerras en la República del Congo, pagadas con la explotación y venta de este mineral.

Por estas razones, China se estará consolidando como el monopolio de la extracción, refinamiento y el futuro monopolio de nuevas tecnologías en el mundo, así como la nueva potencia mundial, muy por encima de los Estados Unidos, Japón y la Unión Europea. Esto deja entrever que las “tierras raras” son de una importancia vital para la consolidación de China como superpotencia, pues estos minerales le van a dar un alto valor y una ventaja comparativa y absoluta a las industrias tecnológicas chinas frente a las otras industrias mundiales.

Bibliografía

- Bontron, C. (20 de julio 2012). En Chine, les terres rares tuent des villages. *Le Monde*. Recuperado de http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=1200674&xtmc=terres_rares&xtcr=3
- Bustelo, P. & Delage, F. (2009). Madrid. El ascenso económico de China: implicaciones estratégicas para la seguridad global. *China en el sistema de seguridad global del siglo XXI* (pp. 15-42). Ceseden, Monografía 108.
- Bustelo, P. (2000). La economía china en las crisis asiáticas. *Economía Exterior* (13).
- China exige a Japón compensación por incidente pesquero (25 de septiembre del 2010). *BBC Mundo*. Recuperado de http://www.bbc.com/mundo/internacional/2010/09/100924_china_japon_liberacion_capitan_pesquero_disculpas_compensacion_jp.shtml

- Chiou, P. (3 de septiembre del 2011). Los minerales de tierras raras: imprescindibles para la tecnología. *CNN México*. Recuperado de <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2011/09/03/los-minerales-de-tierras-raras-imprescindibles-para-la-tecnologia>
- Cordier, D. J. (2011). Global rare earth oxide production trends. The mountain pass deposit is in California, U.S.A. Graph from (U.S. Geological Survey, written comun) was updated from haxel and other (2002, fig. 1).
- Doudchitzky, Y. (20 de abril de 2012). Las tierras raras, nueva guerra del siglo XXI. *Portal de las culturas*. Recuperado de <https://portaldelasculturas.wordpress.com/2012/03/22/las-tierras-raras-nueva-guerra-del-siglo-xxi/>
- Ep-internacional (23 de septiembre del 2010). China prohíbe las exportaciones de tierras raras a Japón tras la disputa por el pesquero chino. *Globedia*. Recuperado de <http://co.globedia.com/china-prohibe-exportaciones-tierras-raras-japon-disputa-pesquero-chino>
- Kelly, T. D., Matos, G. R., Buckingham, D. A., DiFrancesco, C. A. & Porter, K. E. (2014). Historical Statistics for Mineral and Material Commodities in the United States. *United States Geological Survey*. Vol. 896. Recuperado de <http://minerals.usgs.gov/minerals/pubs/historical-statistics/>
- Lunar, R. & Martínez, J. (26 de septiembre del 2007). “El coltán, un ‘mineral’ estratégico”. *El País*. Recuperado de http://elpais.com/diario/2007/09/26/futuro/1190757604_850215.html
- Quiroga, G. C. (2009). *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*. China, 30 años de crecimiento económico (p. 13).
- Rodríguez, E. (2014, julio 12). Los mayores productores de tierras raras del mundo. *Fieras de la ingeniería*. Recuperado de <http://www.fierasdelaingenieria.com/los-mayores-productores-de-tierras-raras-del-mundo/>
- S. A. (2014). *Datos Macro*. España. Recuperado de <http://www.datosmacro.com/comercio/exportaciones/china>
- Sirvent, G. (2012). Instituto Español de Estudios Estratégicos. *El mercado de “tierras raras”: un mercado estratégico* (p. 10).



El desarrollo del lenguaje oral en inglés mediado por las TIC en los estudiantes de Tecnología en Asistencia Gerencial

Gloria Astrid Moreno Cortés semilleroSEFIROT@gmail.com / Jenny Daniela Moreno Sánchez jdanielamoreno@unicolmayor.edu.co
Tecnología en Asistencia Gerencial – UCMC

Introducción

Este proyecto se realiza en el marco de las actividades del Semillero de Investigación SEFIROT, del programa de Tecnología en Asistencia Gerencial. El programa tiene actualmente seis niveles de inglés, tres electivas, *Business conversation I-II-III*, y una asignatura que se orienta en inglés, *Marketing*. La población que se tomó para este trabajo de investigación fue el total de los estudiantes del programa. Desde los objetivos académicos del programa se considera que, en la actualidad, es esencial para la vida laboral y profesional tener conocimiento del inglés, que es el idioma más utilizado en el mundo académico y laboral, así como el manejo de todas las habilidades comunicativas que lo componen. En la habilidad oral es relevante no solo tener el manejo adecuado de las estructuras gramaticales que van a permitir una adecuada organización de las ideas, y con esto la apropiación del idioma para conseguir una óptima fluidez, sino un acercamiento a los aspectos socioculturales que ayudarán a conocer más de la esencia del idioma. La oralidad, que es el uso que se le da al lenguaje a través del habla como medio de expresión, se convierte en un arte, el cual trae a colación el lenguaje proxémico, que consiste en el manejo del espacio en un escenario; el lenguaje kinésico, que es el lenguaje del movimiento, y el lenguaje paralingüístico (dícese del estudio de las emisiones lingüísticas no verbales). Por esta razón, esta propuesta busca acercar a los estudiantes al desarrollo de las habilidades orales en inglés con el soporte de las TIC como apoyo al proceso de aprendizaje.

Planteamiento

Este trabajo de investigación se enfoca en la pregunta: ¿Cuáles son las dificultades que más se presentan en los estudiantes al expresarse en inglés? Para dar respuesta a esta pregunta, es necesario plantear otros interrogantes referentes a: ¿Cuáles son las debilidades en la aplicación de la gramática al expresar sus ideas en inglés?, ¿cuáles son las causales del mal manejo de la oralidad en los estudiantes al comunicarse en inglés?, ¿qué herramientas y recursos relacionados con las Tecnologías de la Informa-

ción y la Comunicación (TIC) prefieren los estudiantes para realizar sus exposiciones orales? De acuerdo con lo anterior, y partir de las dinámicas realizadas en las clases de inglés, se ha observado que los estudiantes presentan las siguientes deficiencias: falta de fluidez, debido a que los estudiantes no están seguros del manejo de las estructuras gramaticales y poseen un vocabulario muy limitado. Además, esto se presenta porque en la mayoría de los casos los alumnos se limitan a utilizar únicamente las palabras vistas en clase y no realizan una búsqueda más amplia para incrementar su léxico en inglés. Timidez. Los estudiantes sienten temor por enfrentarse a un grupo, sea grande o pequeño, y a sus reacciones al cometer errores. Mal uso del material visual. Se ha observado mala utilización del material visual cuando este sirve de apoyo a las presentaciones orales, pues no se aprovecha en la forma adecuada. En la mayoría de los casos, no existe una interacción entre el discurso y el material visual elaborado con esfuerzo por los estudiantes, por lo que este material resulta totalmente separado de la exposición. Por otra parte, los estudiantes no utilizan de manera adecuada los diferentes tipos de memoria (visual, auditiva, entre otros), y por esta razón no se retiene la buena pronunciación de las palabras ni el vocabulario expuesto. En cuanto a la forma del desarrollo de la oralidad en inglés, se observa que los estudiantes no administran bien el tiempo establecido para sus presentaciones. Así mismo, hay problemas en el lenguaje no verbal que se pueden evidenciar en la falta del manejo del contacto visual, posición corporal, manejo del espacio, así como el tono de voz y el ritmo de la presentación. Por otro lado, se presentan exposiciones mal estructuradas, es decir, sin cumplir con una secuencia lógica y ordenada y sus partes: introducción, desarrollo y conclusión. No obstante, se considera que ante estas situaciones puede haber posibilidades que brinden salidas al problema que se ha descrito y que permitan analizar estos aspectos para mejorar el desarrollo de la habilidad oral en inglés de los estudiantes, aprovechando las bondades que las TIC ofrecen y que están al alcance de los estudiantes.

Objetivo general

Potenciar la comunicación oral en inglés de los estudiantes del programa Tecnología en Asistencia Gerencial, de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, mediante el uso y apropiación de las TIC como herramienta académica.

Objetivos específicos

Identificar las dificultades de los estudiantes en los elementos lingüístico y extralingüístico de la comunicación. Evaluar el uso significativo del lenguaje para el desarrollo de la competencia comunicativa oral. Especificar las herramientas y recursos relacio-

nados con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que proporcionan a los estudiantes un mejoramiento en la dimensión de la oralidad.

Referente

El marco teórico de este proyecto académico trata de tres temas importantes. Puesto que el objetivo es proponer estrategias para mejorar la habilidad oral de los estudiantes, es necesario comprender, primero que todo, qué es la habilidad oral. Todo parte de un término más amplio: la comunicación. Aunque la comunicación oral es lo que se ha observado en los estudiantes de la carrera Tecnología en Asistencia Gerencial, para llegar a comprender las dificultades y falencias en esta, lo lógico sería comenzar por compendiar qué es la comunicación. Luego, pasamos por un término más: el lenguaje. Según el Diccionario de la Real Academia Española, el lenguaje es el conjunto de sonidos articulados con que el hombre manifiesta lo que piensa o siente. Estas manifestaciones, de hecho, son expresadas por medio de signos. Entiéndase por signo “entidad psíquica de dos caras: concepto e imagen acústica”, o, lo que es lo mismo, “significado y significante” (de Saussure, 2007). Ahora bien, no puede existir buena comunicación si no hay bienestar comunicativo. Al proponer estrategias para mejorar la habilidad oral de los estudiantes de la carrera, lo que se pretende es que cuando los estudiantes usen dichas estrategias, superen las dificultades que suelen presentarse durante sus exposiciones orales y, de esta manera, se sientan cómodos al hablar inglés. Puesto que las estrategias que se pondrán están directamente relacionadas con las Tecnologías de la Información y la Comunicación, dentro del marco teórico se incluirá el referente: comunicación y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Qué bueno es sacarle el máximo provecho a las Tecnologías de la Información y la Comunicación, puesto que para ello fueron creadas: para comunicarnos. 5.1. La comunicación (Lenguaje, El habla, Lingüística); 5.2. Lenguaje; 5.3. Bienestar comunicativo en la expresión de ideas...; 5.4. Comunicación oral; 5.5. Comunicación oral y TIC. 5.1 Comunicación. Para contextualizar el tema, vale la pena trasladarse al origen de la palabra comunicación, que se encuentra en el latín “comunicatio”, y este, a su vez, tiene su raíz en el sustantivo “comunico”, cuya versión en castellano es “formar parte”, particular en algo en común. El sustantivo comunicación, así como el verbo comunicar, tiene su punto de partida en la palabra “comunis”, directamente vinculado con la palabra comunidad, la cual se asocia con la relación entre los individuos, que permite intercambios significativos entre ellos, que da sentido a su nexos con el mundo. Como disciplina científica, las ciencias de la comunicación tienen como matriz a la sociología: los primeros estudios en comunicación, sobre todo masiva, formaron parte de la preocupación sociológica. Es esta rama del conocimiento la que provee de las

herramientas conceptuales para los primeros estudios comunicacionales llevados a cabo de forma metódica. Su nacimiento está estrictamente vinculado al auge de los medios de comunicación masiva durante el siglo XX. La curiosidad despertada por el impacto de los mensajes difundidos masivamente originó las primeras reflexiones, que giraron en torno a la manipulación del público a través de lo dicho por estos medios y la posibilidad de calcular con cierta precisión sus efectos. Para ser más específicos, fue durante la década de los años 20 cuando se realizaron las primeras investigaciones sobre el poder de la propaganda para generar determinados comportamientos; esto se dio en el contexto de Europa, la cual estaba sumergida en la Primera Guerra Mundial. Ahora bien, el término comunicación tiene diferentes sentidos, en la opinión de distintos profesionales y autores, lo cual es el punto de partida de la teoría de la comunicación. Esto ha dado origen a una gran diversidad de definiciones descritas a continuación: 1. Aristóteles, por ejemplo, enfatiza que para hacernos entender, los seres humanos empleamos todas las técnicas de persuasión que poseemos; 2. Kurt Lewin (psicólogo, médico, biólogo, doctor en filosofía, 1890-1947) conceptualiza la comunicación como un enmarañado sistema de acciones y vinculaciones personales, interactivas y grupales, a través del cual un sujeto transmite un mensaje a otro, y este, a su vez, responde, lo que provoca un movimiento circular y continuo; 3. André Martinet (lingüista francés) indica que la comunicación es la utilización de un código para la transmisión de un mensaje de una determinada experiencia, en unidades semiológicas, con el objeto de permitir a los hombres relacionarse entre sí; 4. David K. Berlo (doctor en periodismo, 1929-1978) propone que la comunicación es un proceso a través de un canal hacia un receptor; es, por lo tanto, un fenómeno reglado y no tan libre. Ahora, podemos clasificar los tipos de comunicación en tres: comunicación intrapersonal, interpersonal y masiva. 5.11. Comunicación interpersonal. Dícese de la comunicación de carácter intersubjetivo con otros sujetos. Consiste en la ida y vuelta de información y permite una posición subjetiva en relación con los otros. Además, es la posición que ocupamos en función del uso que hacemos del lenguaje escrito o hablado, y, lo que es más, nos permite establecer nuestra capacidad para comunicarnos, así lograr como acuerdos con los demás, lo cual lleva a la toma de decisiones. Y es que, para lograr una buena comunicación, existe un lazo comunicacional, que tiene como resultado un cambio de actitud y postura entre los participantes de un diálogo. El diálogo, a su vez, es la manera más tradicional de establecer vínculos para formar relaciones interpersonales. 5.12. Comunicación intrapersonal. Dícese de la comunicación íntima, interior, con uno mismo. Este tipo de comunicación sirve para pensar las “voces interiores”, lo consciente, lo inconsciente, las situaciones imaginadas, sus posibilidades. La reflexión es un ejercicio que forma parte de lo que se realice entre el afuera y el adentro. 5.13. Comunicación masiva. En esta se debe plantear que el mensaje debe po-

tenciarse, ya que pretende llegar a una gran cantidad de personas. La diferencia entre la comunicación masiva y la interpersonal radica en que los recursos utilizados para comunicar el mensaje son medios técnicos que amplían el alcance de lo que se quiere comunicar y tienen un elevado nivel de sofisticación. En efecto, las Tecnologías de la Información y la Comunicación son consideradas, hoy en día, las herramientas más importantes para llevar mensajes de propaganda a personas hasta en el último rincón del mundo. Como consecuencia, los medios de comunicación masiva son usados por su rentabilidad de comercialización y de convencer a grandes audiencias para vender más; 5.2. Lenguaje; 5.3. Bienestar comunicativo. De acuerdo con el planteamiento de Clemencia Cuervo Echeverri, fonoaudióloga egresada de la Universidad Nacional de Colombia, en el capítulo 3 de su libro *La profesión de la fonoaudiología* (1998), la calidad de vida de las personas incluye un aspecto importante: el dominio por la comunicación. Considerado un determinante del bienestar de una persona. El bienestar es un estado de óptima capacidad que podría alcanzar cualquier persona en cualquier etapa del ciclo vital. Sin embargo, es indispensable comprender los procesos por medio de los cuales se enriquecen las competencias comunicativas. El concepto evolutivo del bienestar concuerda con lo que ahora se entiende por desarrollo humano en todas sus dimensiones. Además, la habilidad oral, a diferencia de la habilidad lectoescrita, se desarrolla en los niños de forma natural y espontánea. En este sentido, la autora también expone que: en cuanto a la habilidad lectoescrita es necesario vivir en un ambiente alfabetizante y tener acceso a la educación formal. Sin embargo, lo mismo que ocurre con la oralidad, muchas veces a pesar de la educación, las habilidades de lectoescritura se pueden estancar en niveles que solo permiten a las personas funcionar cuando las demandas no van más allá de leer los titulares de los periódicos, las cartas de los familiares o el boletín de la parroquia, llenar formularios sencillos, escribir listas de compras o anotar las novedades del día en el cuaderno de la portería, etc. De ahí que, exigencias mayores empiezan a plantear dificultades: escribir una carta, leer un artículo de opinión, entender instrucciones escritas, presentar un ensayo en la universidad o formular por escrito una petición respetable a las autoridades. El alfabetismo que permite responder a exigencias elaboradas, que se asocia con lo que se ha denominado tercera fase del desarrollo. Es en este nivel que, en cuanto se manifiesta como lectura y escritura, el lenguaje cumple con su función civilizadora. Esta posibilidad no se realiza, sin embargo, cuando se definen estas dos competencias como habilidades mecánicas o cuando predomina una ellas para representar las cosas del mundo y la experiencia personal o para regular la actividad inmediata. Estas dos últimas, representación y regulación, son las funciones más primarias del lenguaje humano y las primeras en aparecer en el desarrollo del infante. En contraste, el lenguaje civiliza cuando se usa como herramienta para pensar, es decir,



para reflexionar y para comunicar el resultado de ese pensar. Se dice cuando se usa para exponer y manipular el propio conocimiento en la forma de símbolos y relaciones abstractos, la capacidad para usar el lenguaje se ha “liberado” o “desprendido” del contexto de la experiencia inmediata. El desprendimiento del lenguaje de un nivel concreto se puede visualizar en la imagen de un globo que asciende, alejándose con lentitud del planeta Tierra. Por excelencia, este desprendimiento se logra cuando se ha tenido una extensa exposición al lenguaje escrito en sus modalidades de leer y escribir, pero, ante todo, cuando prevalece la elaboración de textos complejos. En resumen, el alfabetismo en grado superior activa el potencial máximo e inagotable que puede alcanzar el lenguaje humano. Este logro contribuye de manera muy importante a jalonar el desarrollo humano en las dimensiones citadas en la sección anterior: conocimiento, información libertad, creación participación. Se sugirió que, ya se trate del lenguaje hablado o escrito, llega un momento en el cual su desarrollo depende del aprendizaje consciente. La capacidad para usar lenguaje es, por consiguiente, susceptible de evolucionar hacia niveles de mayor sofisticación y eficiencia. La persona interesada en mejorar sus habilidades deberá tener la disposición y el deseo de invertir energía y concentración para lograr niveles superiores en el manejo del lenguaje como herramienta del pensamiento o para propósitos comunicativos sofisticados. Esta evolución puede llegar hasta la excelencia comunicativa, concepto que se enmarca dentro del interés contemporáneo por el tema de la excelencia en todos los órdenes de la vida. El diccionario define excelencia como “algo que sobrepasa, que se distingue por su superioridad, que exceda la calidad, sobresaliente, eminentemente de primera clase.

Metodología

La metodología empleada para este proyecto es la Investigación Acción Participativa (IAP), que es el método de estudio y acción de tipo cualitativo que busca obtener resultados fiables y útiles para mejorar situaciones colectivas, pues la investigación se basa en la participación de los propios colectivos por investigar. La metodología Investigación Acción Participativa es el método de investigación y aprendizaje colectivo de la realidad, basado en un análisis crítico con la participación activa de los grupos implicados, que se orienta a estimular la práctica transformadora y el cambio social. Este tipo de metodología combina el proceso de adquirir conocimiento y el proceso de actuar. Esto implica que una población sea abordada, observada, analizada e intervenida para crear mejoramientos. En este proyecto la población se encuentra en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Programa de Tecnología en Asistencia Gerencial. Para llevar a cabo esta metodología se utilizaron formatos de observación y evaluación, encuestas, las que permitieron detectar las falencias de los estudiantes

de la expresión oral en inglés. Así mismo, cada uno de estos instrumentos fue retroalimentado con los estudiantes para diseñar los planes de acción pertinentes derivados del análisis y la reflexión, en cada una de las actividades.

Resultados esperados

Potenciar la dimensión oral del elemento lingüístico de la comunicación en inglés de los estudiantes del Programa Tecnología en Asistencia Gerencial, de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, mediante el uso y apropiación de las TIC como herramienta académica. Proporcionar las estrategias metodológicas para motivar a los estudiantes a reconocer la importancia del desarrollo y apropiación de la comunicación oral en su proceso de aprendizaje que influirá en su vida profesional.

Bibliografía

- Com, S., Ackerman, S. & Morel, M. P. (2012). *Introducción a la comunicación*. Buenos Aires.
- Cuervo, E. C. (1998). *La profesión de fonoaudiología: Colombia en perspectiva internacional*. Bogotá, D. C., Colombia: Universidad Nacional de Colombia. Ministerio de Educación Nacional (2006). *Estándares básicos de competencias en Lenguas Extranjeras: inglés*.
- Rodríguez P., J. (2010). Consideraciones teóricas sobre la expresión oral profesional pedagógica en inglés. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. Sistema de Información Científica. Cuba.
- Saussure, F. (1945). *Curso de lingüística general*. Tomo I. Buenos Aires.



Nuevas dinámicas, nuevos resultados

María Alejandra Collazos Lombo macollazos@unicolmayor.edu.co / Daniela Escorcía Arias descorcía@unicolmayor.edu.co
Programa de Trabajo Social – UCMC

Introducción

*“La educación no cambia el mundo,
cambia a las personas que van a cambiar al mundo”
(Freire, 1970)*

El presente ejercicio surge del interés de responder a las distintas problemáticas que se generan día a día, sobre todo en los barrios populares, en cuales se ve la injerencia directa de cómo está hoy la educación pública, de cómo el conflicto armado también tiene repercusión en los barrios, de cómo el microtráfico se traslada a los colegios, generando una pregunta fundamental: ¿realmente se educa para la paz bajo este contexto?

En respuesta a ello se realizó la propuesta de llevar a cabo tres foros que están encaminados hacia la paz, tanto en el contexto estudiantil como a nivel global; dichos foros se desarrollan en seis sesiones, las cuales van dirigidas para el grado 10 y 11, y giran en torno a tres temáticas: la primera hace alusión al porqué de las drogas, la segunda es sobre los personajes que han contribuido en la construcción de paz y, por último, pero no menos importante, hace referencia a la educación con énfasis en la historia colombiana. Es conveniente aclarar que el proyecto va enmarcado dentro del tópico de educación para la paz y como metodología tuvo sus bases teóricas en la educación popular.

El presente escrito se desarrolla de la siguiente forma: en primer lugar se encuentra una delimitación a través de la cual se describe la temática y su importancia; luego se identifican unas variables de interés o tópicos subyacentes que permiten el análisis por categorías; posteriormente, se establecen unas conclusiones por medio de las cuales se determina la importancia del proyecto y sus resultados y experiencias; por último, se cierran con las fuentes bibliográficas que fueron utilizadas como base teórica.

Delimitación de la problemática

El actual ejercicio consiste en la creación de unos foros de paz y para la paz en el barrio Bosa Palestina, localidad 7 de Bosa, estrato 2, específicamente en el Colegio Antonio Ricaurte y con los estudiantes de grados 10 y 11. La idea es abordar las problemáticas que presentan los barrios, pero de igual forma enmarcándolas en la coyuntura que se encuentra atravesando el país respecto a la paz, y también haciendo un corto, pero completo contexto histórico, del conflicto armado colombiano.

Es importante abordar el tema de educación para la paz y el conflicto armado debido a las diferentes problemáticas en las que nos vemos inmersos actualmente los jóvenes de los barrios populares y la sociedad en general.

Igualmente, los efectos directos de los distintos contextos socioeconómicos relacionados con el conflicto armado sugieren la necesidad de abordar temas como la drogadicción y la corrupción, que tienen influencia en jóvenes con determinadas características, por ejemplo: condición social, carencia de educación, entorno familiar fluctuante, entre otros; por ello se abordan dichos tópicos desde una metodología distinta, con el fin de dar grandes pasos hacia la paz.

El objetivo principal de dicho ejercicio consiste en brindar elementos de análisis y reflexión a un grupo de jóvenes, donde el estímulo principal es el posible cambio que ellos experimentarán a partir de abordar dichos temas desde una perspectiva distinta, partiendo del diálogo de saberes que se den dentro del grupo.

Análisis de información por categorías

1. Relevancia de las cátedras de la paz en los colegios

Desde lo teórico, podemos afirmar sobre las cátedras de la paz lo siguiente: “Que la paz es un derecho y un deber de obligatorio cumplimiento, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 22 de la Constitución Política de Colombia. Que el estudio de la Constitución es obligatorio en todas las instituciones educativas oficiales y privadas, conforme lo prescribe el artículo 41 de la Constitución Política de Colombia. La Cátedra de la Paz deberá fomentar el proceso de apropiación de conocimientos y competencias relacionados con el territorio, la cultura, el contexto económico y social y la memoria histórica, con el propósito de reconstruir el tejido social, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución. Serán objetivos fundamentales de la Cátedra de la Paz contri-

buir al aprendizaje, la reflexión y al diálogo” (Constitución Política de Colombia, 2015, p. 1).

En cuanto a lo práctico, pudimos evidenciar cómo cada vez se hace más necesario construir un ambiente que fomente la paz, que sea consecuente con la coyuntura nacional que estamos atravesando y, además, que cumpla con el anhelado crecimiento personal y académico que gira en torno a la paz.

Por esta razón, cuando se empezaron a realizar los foros se vio el impacto que generaron y, por ende, se rescataron aspectos teóricos, concretamente los mencionados con anterioridad; con los foros logramos resaltar los principales objetivos de las cátedras de la paz: el aprendizaje, la reflexión y el diálogo; conseguimos fundamentar por qué se hace necesario empezar a generar un ambiente de paz en las aulas, a reflexionar sobre lo que sucede día a día a nivel nacional y también a velar por nuestro derecho constitucional, que es el derecho de todos los colombianos a la paz.

2. Propuesta de foros de paz y para la paz

A lo largo del tiempo se ha creído que la relación deber ser educando-educadora, en la que solamente el que imparte el conocimiento es el que está a cargo del espacio educador, según el cual el educando aprende, pero no enseña, y la educadora enseña, pero no aprende. Nosotros, como grupo de trabajo, quisimos partir del enfoque que “comprende la educación como un proceso participativo y transformador en el que el aprendizaje y la conceptualización se basan en la experiencia práctica de las propias personas y grupos participantes en procesos de formación” (Eizagirre, 2000, p. 1).

Las problemáticas que se plantearon son referentes a la paz y sus diferentes ámbitos: la primera, el porqué de las drogas, que busca generar debate entre los estudiantes, dejando de lado tópicos subyacentes a este tema; por ejemplo, ¿qué son las drogas?, ¿por qué son malas las drogas?, y que alrededor de dicho debate se aborden las respuestas a estas preguntas, pero que se queden a manera de reflexión individual por parte del estudiantado; en la segunda problemática se abordó la temática de la educación con énfasis en la historia colombiana, generando una reflexión en los asistentes a los foros, sobre la importancia de conocer la historia de nuestro país para no seguir reproduciendo los conflictos generados hasta el momento; para ello nos permitimos citar al abogado, pedagogo, humorista, actor, filósofo, locutor, periodista y mediador de paz colombiano Jaime Garzón, quien sembró en cada estudiante esta frase: “Si ustedes los jóvenes no asumen la dirección de su propio país, nadie va a venir a salvárselo... ¡Nadie!”

(Garzón,1997); y la última problemática abordó la paz y sus diferentes contextos, poniendo énfasis en los personajes que han contribuido en la construcción de paz, teniendo como actores principales a Mahatma Gandhi, Nelson Mandela y Martin Luther King, todo esto con apoyo de las artes audiovisuales para brindar un buen ambiente a los concurrentes. Para culminar, es preciso aclarar que estas temáticas pertenecen al tópico de “educación para la paz”.

3. Conducta de los estudiantes durante los foros

Con lo mencionado anteriormente, y los conceptos utilizados, es necesario hacer un análisis profundo acerca de lo que se logró o lo que se pretendía lograr.

Por ejemplo, el principio básico de la educación popular es partir de que el educador popular no es el único que sabe, que también los asistentes a los foros tienen mucho conocimiento, que es necesario que aporten para que se genere el debate. En los tres foros vimos cómo se desarrolló este punto, cómo los estudiantes empezaban a construir entre todos lo que pensaban, sentían y sabían de un tema; por esta razón, también fue fácil desarrollar los foros y hacer un ambiente diferente al que viven cotidianamente dentro del aula de clase.

Algunos estudiantes mostraron lo que pensaban sobre muchos temas, generaron debate y además se veía en sus expresiones corporales el interés por seguir estudiando el tema y buscar soluciones al problema que se está generando; por esto decimos que en algunos estudiantes se logró algo de lo que queríamos, que era visualizar las distintas problemáticas existentes y que sí es posible que se genere un cambio.

Por el contrario, otros estudiantes se mostraron reacios a los foros, no participaron y tampoco tuvieron buena actitud, por lo que no los presionamos, pues solo íbamos a intentar generar un tipo de pensamiento crítico sobre diferentes problemáticas; por esto, no pudimos trabajar mucho con ellos, pero sí intentamos hablar con algunos profesores acerca de este problema, sin obtener aportes significativos de parte de estos en torno a lo tratado.

4. Apoyo del Estado para iniciativas de este tipo

El Estado expresó en el Decreto 1038 del 2015, que es el mismo de la Cátedra de la Paz, abiertamente su preocupación por reglamentarla y, a la vez, hacer seguimiento para velar por su cumplimiento, pero no hace hincapié o no resalta qué tanta ayuda ofrecerá para que la cátedra tenga debido cumplimiento.

Por tal razón, y como se demostró en la práctica con los foros, cuando se necesita o se quiere hacer algún tipo de iniciativa encaminada hacia el cumplimiento o simplemente por convicción propia de la institución o de otras personas, es necesario buscar los recursos para esto, es decir, ser consciente de que los recursos serán personales, tanto humanos como materiales, y que las personas que lo realizan estén dispuestas a aportar.

En efecto, el decreto señala: “Financiar o diseñar en sus respectivos planes de formación a docentes y directivos docentes, programas y proyectos de alta calidad que ofrezcan las instituciones de educación superior y otros organismos, para responder a los objetivos de la Cátedra de la Paz, así como promover su incorporación a los mismos” (Decreto 1038 del 2015). El decreto, como lo mencionamos anteriormente, sustenta la Cátedra de la Paz, pero también argumenta cómo las instituciones tienen que utilizar recursos privados; aunque, comparado con otros proyectos que también van encaminados hacia la construcción de paz, es posible afirmar que el Estado ha tenido injerencia directa y ha aportado recursos humanos y materiales.

Aunque como se mencionaba antes, en otros proyectos que el Estado ha realizado en torno a la paz y a la reconstrucción de la memoria histórica, se ha visto el apoyo directo de las instituciones, de pronto se puede llegar a la conclusión



de que por el tiempo que lleva reglamentada la Cátedra de la Paz, no ha habido tanta relevancia para ella.

5. Identificación de un equipo para la continuidad del proyecto

De acuerdo con los conceptos que usamos previamente:

Dinámicas de grupos para jóvenes: permiten a los individuos interactuar con los demás, al mismo tiempo que adoptan valores como el compañerismo, el respeto hacia los demás y aumentan su autoestima personal al ser escuchados. Las dinámicas de grupo para jóvenes nos permiten prepararlos para moverse en el mundo real mediante situaciones controladas y divertidas. Las dinámicas para adolescentes son una excelente forma para iniciar un debate en clase y para que los alumnos se organicen para tomar decisiones (Jara, 2014).

Debate escolar: la práctica del debate permite explorar de manera crítica los múltiples puntos de vista en torno a un mismo tema y revela las razones detrás de aquellas posiciones que, a menudo, no se comprenden y que generan cierto criticismo. Así, el ejercicio del debate en el desarrollo de la Cátedra de la Paz en las diferentes aulas será una herramienta fundamental (*Debate escolar*, 2013).



Pudimos apreciar y conocer algunos jóvenes que se interesaron en el proceso, y por esta razón, consideramos pertinente realizar o seguir junto a ellos con el proceso y encaminarlo hacia el otro año. Como no tenemos claros todos los nombres no los anotamos, pero la práctica nos permitió ver cómo la teoría contrasta ciertos aspectos importantes, que para los jóvenes son muy notorios, pero que, y como lo manifestaron algunos, la academia los cierra totalmente y no deja que esto suceda.

Así como también algunos jóvenes no manifestaron estar de acuerdo con los foros y de igual manera mostraron un desinterés total hacia estos.

6. Evaluación del impacto de los foros

Teniendo en cuenta la importancia de realizar los foros, vamos a desarrollar dos conceptos elaborados que posteriormente explicaremos con la práctica:

Los barrios populares, entendidos como construcción histórica y cultural, han sido a lo largo de este siglo un espacio de constitución de diferentes identidades colectivas, condición y consecuencia para la irrupción de nuevos actores urbanos. Tomando a la ciudad de Bogotá como referencia empírica, esbozaré la trayectoria de la conformación histórica de sus barrios populares, para luego abordarlos como espacio de producción de identidades comunes y diferenciadas (Torres, 1999, p. 2).

La educación popular es un enfoque que entiende la educación como un proceso participativo y transformador, en el que el aprendizaje y la conceptualización se basan en la experiencia práctica de las propias personas y grupos. Partiendo de la auto concienciación y comprensión de los participantes respecto a los factores y estructuras que determinan sus vidas, pretende ayudarlos a desarrollar las estrategias, habilidades y técnicas necesarias para que puedan llevar a cabo una participación orientada a la transformación de la realidad (Eizagirre, 2000, p. 1).

En el momento de realizar los foros notamos la importancia de hablar con los estudiantes sobre lo que percibían acerca de su contexto barrial y sobre la academia; esto nos permitió contrastar lo que se conoce como barrio marginal o barrio popular, debido a las condiciones de vida que se desarrollan ahí y a las oportunidades que se dan; por esta razón, el saber el concepto con anterioridad permitió analizar de manera pertinente el contexto.

En cuanto a la educación popular, pudimos observar cómo sus principios se van desarrollando de manera directa conforme se va realizando el foro sobre la

paz; en esta medida, fue fácil y necesario entender cómo el aprendizaje es recíproco y se va dando de una forma diferente a la tradicional, sobre todo cuando de las dos partes hay ánimo de seguir con el proceso.

Conclusiones

Como resultado del ejercicio que se ha llevado a cabo durante estos cuatro meses, aproximadamente, y de los tres foros realizados en el colegio, como equipo de trabajo se llega a la conclusión sobre el impacto de la educación popular y la importancia que se le da al diálogo en ella, ya que durante dicha implementación de la propuesta evidenciamos el interés que presentan los asistentes al foro porque se les da una inclusión, porque se les tiene en cuenta su palabra y su conocimiento, aun cuando no es de carácter científico o no generan mayor argumento.

También se reconoce y se parte del punto de que la temática por desarrollar en los foros es una, pero se dan diversidad de opiniones debido a que no todos poseemos un mismo punto de partida y, por ende, no todos tenemos la misma llegada.

Creemos que los resultados son de optimismo, porque pese a que no podemos cuantificar el conocimiento adquirido o no podemos dejar por escrito las reflexiones de los que asistieron al foro, lo que sí pudimos llegar a hacer fue una construcción de conocimiento; por ejemplo, sobre lo que es paz para los estudiantes del Colegio Antonio Ricaurte, y con esto llegamos a la definición de lo que es la paz para ellos: igualdad, transparencia, justicia social, comenzar el cambio por cada uno, respetar al otro, y los requisitos que se necesitan para la paz es la verdad, el conflicto, los diálogos y comenzar de nuevo el cambio por cada uno.

También pudimos ver que al final de cada foro, cuando se les preguntaba a los estudiantes sobre lo que ellos tomaban del foro de la educación con énfasis en historia colombiana, algunos manifestaron que ellos no tenían conocimiento sobre ciertas realidades colombianas y no sabían que en algún punto les llegaba a afectar; en otro caso una joven de aproximadamente 16 o 17 años dijo: ¿a mí para qué me sirve eso?, y por parte del direccionamiento del foro se le manifestó que esto servía para comenzar a ser conscientes de lo que pasaba, para tomar cartas en el asunto, para no ser entes de esta sociedad sino, por el contrario, ser parte activa de ella.

Este proyecto posee una intención transformadora, porque entendemos que es a través de la reflexión que podemos convertir el pensar en decisiones de cambio e incluso en compromisos concretos y prácticos en lo cotidiano.

También se llega a la conclusión, como equipo de trabajo, que para dialogar es necesario hablar y escuchar, pues en la mayoría de los casos hablamos, pero no escuchamos lo que expresan los demás participantes, esto es un reto que nos propusimos y consideramos que lo logramos.

Así como se presentó el caso de Paulo Freire, cuando fue director del Departamento de Extensión Cultural de la Universidad de Recife, donde aplicó sus teorías de educación crítica y liberadora, y los resultados fueron que al menos 300 trabajadores, cortadores de caña de azúcar, aprendieron a leer y a escribir en 45 días; así mismo, esperamos con este grupo de jóvenes resultados significativos para la vida diaria.

Para finalizar, es importante resaltar cómo se desea generar la continuación de proyectos encaminados hacia la paz, que generen nuevas ideas en toda la comunidad, que no solamente se basen en lo tradicional, que tengan nuevas bases teóricas, que sirvan para producir un cambio, que siembren conciencia crítica en los estudiantes y que ayuden a pensar una Colombia distinta a la que tenemos hoy.

Bibliografía

- Eizaguirre, M. (2000). La educación popular. Disponible en: <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/83>
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Nueva York: Herder & Herder.
- Garzón, J. (1997). Discurso Universidad de Cali. Disponible en: <http://gatopardo.blogia.com/2009/081201-jaime-garzon-conferencia-en-la-universidad-de-cali-colombia-en-el-ano-1997.php>
- Jara, P. (2014). Intervención psicosocial en comunidad. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=aFraZP6v1Ds>
- Ministerio de Educación Nacional. Decreto 1038 del 2015, Cátedra de la Paz. Disponible en: <http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/decretos/2015/Decretos2015/DECRETO%201038%20DEL%2025%20DE%20MAYO%20DE%202015.pdf>
- Torres, A. (1999). Barrios populares e identidades colectivas. Disponible en: www.barriotaller.co/publicaciones/barrios_populares.rtf
- Revista web *Debate escolar* (2013).

Pensamiento Universitario

Invita permanentemente a toda la comunidad universitaria

(estudiantes, docentes, administrativos)

a participar con fotografías o dibujos para ilustrar los próximos números de nuestra publicación.

- Puede hacerlo con el número de fotografías o dibujos que desee.
- Se reciben imágenes que recreen la vida en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, espacios de la ciudad de Bogotá o de nuestro país.
- Las fotografías/imágenes/dibujos deben ser enviadas por correo electrónico y en archivo jpg a:
pensamientouniversitario@unicolmayor.edu.co
investigaciones@unicolmayor.edu.co
- Cada imagen debe tener el título respectivo y el permiso de publicación, dado en el mismo mensaje del correo o en el archivo adjunto.
- A bien se escojan las imágenes para un número determinado, el autor recibirá tres ejemplares del número en que aparezcan, con su respectivo crédito.

Pensamiento Universitario

Recomendaciones generales para nuestros colaboradores

Pensamiento Universitario es el medio de divulgación general de la Oficina de Investigaciones de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, en el cual se publican los trabajos de la comunidad institucional. Es decir, se reciben productos de estudiantes, docentes, egresados y administrativos de la Universidad. Se publican escritos cortos, productos de investigación o de reflexión acerca de problemas y tópicos de todas las áreas del saber, artículos de revisión, reseñas o discusiones de orden académico. En el caso de los trabajos productos de clase, se requiere el aval del docente titular de la asignatura, a fin de que le sirva de carta de presentación.

Los textos recibidos no implican su publicación, sino su evaluación. Una vez se tome la determinación correspondiente, se le informará al autor o a los autores. El Editor recibirá los textos y los presentará al Jefe de la Oficina de Investigaciones, con quien se discutirá inicialmente la pertinencia de los textos, y se reunirán con los demás integrantes de la dependencia –que a su vez colaboran con la publicación–, para determinar la aceptación o no de los textos, según la calidad idónea, la pertinencia temática, la originalidad en cuanto al tratamiento del tema, el rigor investigativo –se debe mencionar la investigación de la cual se deriva el escrito–, el carácter inédito –no debe haber sido presentado a otra publicación, mínimo en el término de año y medio de ser enviado a *Pensamiento Universitario*– y el cumplimiento de las normas siguientes:

- a. La extensión de los escritos estará entre 7 y 12 páginas. Todas estas deben ser numeradas en orden consecutivo, en la parte inferior derecha. Se presentará en fuente Arial, 12 puntos, a doble espacio, en tamaño de papel A4, con márgenes de 3 centímetros para cada uno de los cuatro lados.
- b. En el encabezado del texto se deben escribir los siguientes datos del autor o de los autores: nombre completo, correo electrónico, programa académico y semestre que está cursando.
- c. Las referencias se ubicarán al final del artículo, en orden alfabético. Se deben utilizar las normas APA (American Psychological Association), y se incluirán solo las referencias citadas en el texto.
- d. El autor enviará el texto en archivo Word (únicamente), por correo electrónico, a pensamientouniversitario@unicolmayor.edu.co, con copia a investigaciones@unicolmayor.edu.co, o puede entregarlo en la Oficina de Investigaciones, en disco compacto.
- e. Si los textos no corresponden a las especificaciones anteriormente mencionadas, no serán sometidos a valoración.
- f. Los escritos no aceptados no se devolverán.

Nota: El Editor decidirá el número más pertinente para la publicación del artículo.

Las ideas expresadas, la información y las fuentes citadas por los autores de los textos son de su responsabilidad, y en ningún momento comprometen la visión y la misión que desde la Oficina de Investigaciones se tiene como guía de nuestra labor académica. Igualmente, a quien se le publica se le entregan dos ejemplares del número en que aparece el trabajo.

