

## **Cambio en las estrategias de enseñanza-aprendizaje para la nueva Generación Z o de los “nativos digitales”**

Dra. Cecilia Beatriz Días [cdiaz@eco.unc.edu.ar](mailto:cdiaz@eco.unc.edu.ar)

Dra. Norma Patricia Caro [pacaro@eco.unc.edu.ar](mailto:pacaro@eco.unc.edu.ar)

Cr. Eduardo Jesus Gauna [egauna@eco.unc.edu.ar](mailto:egauna@eco.unc.edu.ar)

### **Resumen**

Las instituciones educativas, en particular las de nivel superior, han comenzado a recibir alumnos pertenecientes a una nueva Generación denominada “Z” o de *nativos digitales*. Para la mayoría de ellos, la tecnología es muy importante en sus vidas ya que nacieron en la era digital. No conciben la posibilidad de un mundo sin conexión, ya que a través de las TICs satisfacen necesidades de entretenimiento, diversión, comunicación, información e, incluso, formación.

Las características particulares de estos jóvenes plantea un desafío para los adultos (muchas veces en desventaja en cuanto al manejo de los dispositivos tecnológicos), tanto en los establecimientos educativos como en el futuro mundo del trabajo. El presente artículo describe distintas estrategias aplicadas en una cátedra de la carrera de Contador Público y Licenciatura en Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba, para motivar y captar la atención de los alumnos por la materia de estudio.

Palabras claves: Generación Z, Juegos, Herramientas Web 2.0

### **Introducción**

En los últimos tiempos ha surgido la tendencia científica, antropológica y social de clasificar a las generaciones de seres humanos según los periodos sociales, históricos y tecnológicos que han condicionado sus ambientes y posibilidades de crecimiento y desarrollo.

De esta forma nacen las siguientes clasificaciones: la generación X, que abarca a los nacidos entre los años 70 y 85; la generación Y, que incluye a los nacidos en la década de los ochentas y principios de los noventas; y la actual, la generación Z, que comprende a los nacidos entre principios de los años noventa y el año 2004/2005 aproximadamente (Ensinck, 2013).

La Generación Z, también llamada Nativos Digitales, N-GEN o Generación en Red (Net en inglés), D-GEN o Generación Digital, designa a los jóvenes que han crecido rodeados de nuevos medios, que los utilizan en su día a día para comunicarse, formarse, entretenerse y que representan el segmento más activo en su uso.

Sobre esta temática se trabajará a continuación con el objetivo de explicar, no sólo el impacto que la tecnología tiene sobre esta nueva generación, sino también el uso de mecánicas pedagógicas con mayor atractivo y motivación para los alumnos “Zetas” que han comenzado a ingresar a la Universidad en los últimos años.

Para el logro de dicho objetivo se dividirá el trabajo en cinco partes, comenzando por una conceptualización y caracterización de las distintas generaciones y su relación con la tecnología, luego se analizarán algunas estrategias para captar la atención y fortalecer el aprendizaje de los jóvenes. En el tercer apartado se comparten algunas experiencias en la asignatura “Tecnologías de Información” de las carreras de Contador Público y Licenciatura en Administración de la Universidad Nacional de Córdoba y en el cuarto se describen los resultados. Al final se analizan las conclusiones.

### **Conceptos y Características**

Se le llama Generación X a los nacidos entre 1971 y 1985, cuyos integrantes fueron testigos de grandes cambios:

- Vida analógica en su infancia y digital en su madurez
- Vivieron la llegada de internet. Aceptan las reglas de la tecnología y conectividad
- No logran desprenderse del todo de las culturas organizacionales
- Es la generación de la transición. Con mayor fricción con las que vienen (Y,Z)

La Generación Y, sucesora de la X, son personas nacidas entre 1985 y 1992. Les tocó vivir el auge de Internet y la transición del DOS al Windows; además los teléfonos móviles, SMS, ordenadores y/o entretenimientos portátiles se volvieron accesibles y disponibles cuando promediaban edades entre 15 y 20 años (Ensinck, 2013).

Es la generación que ha utilizado más tipos de tecnología para el entretenimiento: Internet, SMS, teléfono móvil, reproductores de CD, de MP3, MP4, entre otros.

La generación Z está comprendida por todas aquellas personas que nacieron entre finales del siglo XX y la primera década del siglo XXI y hoy tienen, en promedio, entre 10 y 20 años. La tecnología es, para la mayoría de ellos, parte central de su vida y casi una extensión de su propio cuerpo. Es la primera generación absolutamente digital, y plantean un desafío para los adultos (muchas veces en desventaja en cuanto al manejo de los dispositivos tecnológicos), tanto en los establecimientos educativos como en el futuro mundo del trabajo.

Los Z son ciento por ciento “nativos digitales”, expresión concebida por Mark Prensky (Prensky, 2001) que los define como aquellos individuos que nacieron en la era digital y son usuarios permanentes de las tecnologías con una habilidad perfeccionada. No conciben la posibilidad de un mundo sin conexión ni respuestas al alcance de un clic, se sienten atraídos por las TICs ya que con ellas satisfacen necesidades de entretenimiento, diversión, comunicación, información e, incluso, formación.

Estos jóvenes han sido criados en un entorno cambiante y en constante transformación, con innumerables avances tecnológicos, nuevos medios de comunicación, multiplicidad de productos, y formas de consumo, acceso ilimitado a información y contenidos. Enfocan el trabajo, el aprendizaje y los juegos de manera diferente, ya que captan rápidamente la información multimedia de imágenes y videos, igual o mejor que si fuera texto; consumen datos de múltiples fuentes; y esperan respuestas instantáneas.

Esta generación ha crecido inmersa en las TICs por lo que navegan con fluidez. Son hábiles en el uso de diferentes dispositivos, utilizan reproductores de audio y video digitalizados, capturan fotos que editan y envían, crean sus propios videos, presentaciones multimedia, música, etc. (Burcaglia, 2013).

Acercándonos al área de la psicología hay quienes sostienen que el crecimiento en este entorno tecnológico puede haber influido en la evolución de su cerebro (Prensky, 2012). Se está investigando si los juegos electrónicos han afectado algunas habilidades cognitivas, incluso si se ha generado una nueva estructura neuronal. En su capacidad multitarea, pasan el menor tiempo posible en una tarea determinada y abren el mayor número de frentes posibles, provocando pérdida de productividad, disminución en la concentración y se acortan los períodos de atención, cambian muy rápido de un tema a otro.

Resumiendo se pueden mencionar las siguientes características esenciales:

- Se encuentran hiperconectados ya que manejan diferentes lenguajes digitales: celulares, tablets, videojuegos, reproductores digitales de música y computadoras. Lo que hace que se adapten de manera extraordinaria a las nuevas tecnologías como ninguna otra generación.
- Son impacientes, hijos de la inmediatez de la tecnología, no soportan esperar mucho. Hacen varias tareas a la vez y todo lo chequean en la Web. No conciben el acceso a la información sin la existencia de Google, ya que rastrean la información azarosamente, “googleando” y no por medio de lecturas tradicionales o búsquedas sistemáticas en libros, enciclopedias o diccionarios, prefieren ver gráficos antes que los textos que los explican y no al revés (Sanchez, 2012)
- Utilizan las redes sociales como principal medios de comunicación.
- Son consumistas, deciden qué comprar, no buscan aprobación de personas con experiencia y conocen el producto porque lo investigan. Convencen y superan en información a quienes tienen el real poder de compra.
- Se caracterizan por poseer escasez de habilidades interpersonales, ya que la mayoría están acostumbrados a las interacciones sociales mediante medios virtuales, por lo que no desarrollan habilidades para hablar en público de manera correcta dado que sus modos de comunicación son principalmente a distancia. La generación Z tiende a ser mal oyente debido que tiene menos en cuenta lo que otros tienen que decir.
- Son muy individualistas en su carácter y creen en su propia persona. Su sociedad existe en Internet donde se abre su mente y expresan sus propias opiniones.

En el ámbito educativo, estos alumnos están mucho más predispuestos a utilizar las tecnologías en actividades de estudio y aprendizaje que lo que las unidades académicas pueden ofrecer. La educación desempeña un papel poco importante en sus vidas ya que no la ven como un medio de supervivencia. Para ellos prevalece la inteligencia y el conocimiento sobre la tecnología, que abordar programas formales y estructurados. Esto genera un estado de insatisfacción, creando una distancia cada vez mayor entre docentes y alumnos.

## El desafío ante la Generación z

El grupo etario que conforma la Generación Z posee características psicológicas e ideológicas que obligan a las instituciones educativas a modificar completamente sus modos de funcionamiento para atraerlos, motivarlos y retenerlos.

Dado que la vida de los miembros de esta generación transita y se resuelve a través de diferentes pantallas, se puede percibir que su capacidad de atención y su pensamiento lógico racional están siendo reemplazados por una capacidad de atención discontinuada y un pensamiento superficial. Va de un tema a otro, como se hace zapping o se navega a través de los links, lo que los lleva a no leer necesariamente una página de arriba hacia abajo ni de izquierda a derecha, sino que escanean y saltan las páginas buscando palabras claves.

Una de las formas de achicar la brecha y tratar de captar la atención de los Z sea usando la técnica de juegos o *games*. La *gamificación* es una metodología que se está difundiendo y que consiste en la integración de la dinámica de juego en ámbitos no lúdicos tales como comunicación, psicología, educación, salud, productividad, entre tantos otros. De esta forma los participantes incrementan la motivación y el compromiso mediante la consecución de objetivos, con la finalidad de obtener un reconocimiento por parte del grupo. Esta mecánica se compone de herramientas, técnicas y programas que utilizados en forma complementaria permiten alcanzar las metas en forma precisa y completa.

El objetivo general de la gamificación es influir y motivar a los participantes para conseguir que logren adquirir hábitos y alcanzar objetivos. Para ello se los incentiva a participar, compartir e interactuar en actividades. Su carácter transversal hace que sea una herramienta aplicable a prácticamente todo tipo de rutinas, materias y actividades. En este sentido, la educación se encuentra particularmente en ventaja en la implementación de diseños innovadores de gamificación, se trata de jugar y aprender. Algunas de las principales mecánicas de juego son: (Prensky, 2001)

- Misiones o retos: Las misiones o retos hacen sentir al alumno que el juego tiene una finalidad, una meta. Un juego está compuesto por un conjunto de misiones o retos que obligan a realizar acciones a través de las cuales se van adquiriendo habilidades, a medida que progresa en la curva de aprendizaje y adaptación, y se desarrollan capacidades inherentes al objetivo final. Se pueden organizar “mini-juegos” con pequeños objetivos, que sumados, conforman el juego completo.
- Puntos: Los puntos son un gran atractivo para los participantes y se consigue que aumente la motivación. La puntuación puede ser utilizada para recompensar a los alumnos por su comportamiento, actitud u objetivos conseguidos. Los puntos pueden ser utilizados como indicadores de mérito, gastarse para desbloquear nuevos contenidos o invertirlos en regalos como podría ser una certificación de su trabajo.
- Niveles: Los niveles son indicadores que aportan reconocimiento una vez que se han alcanzado ciertos hitos. Se definen umbrales (objetivos) que al ser cumplidos pasan al siguiente nivel. Los niveles generan fuertes motivaciones al compararse con los pares, no es lo mismo estar en el nivel inicial que en uno avanzado.
- Premios: Los retos y misiones del juego tienen una finalidad o meta que se ve representada en premios, que pueden ser tangibles o virtuales, y constituyen un verdadero trofeo o medalla que aumenta la motivación.

- Bienes virtuales: Para que el juego le resulte atractivo al alumno es necesario que tenga la posibilidad de gastar puntos para adquirir nuevas habilidades. Con esto se los incentiva a obtener puntos.
- Tabla de posiciones o clasificaciones: La competición es por sí misma un elemento motivador para los individuos. Está demostrado que se obtienen mayores niveles de rendimiento cuando se establece un ambiente competitivo en el que el ganador tiene una recompensa. Por eso es recomendable la publicación del ranking, esta mecánica proporciona el deseo de aspiración, fama y que el nombre del alumno aparezca resaltado por encima del resto. Hay comparación entre jugadores.
- Desafíos: Los desafíos permiten que los alumnos se reten entre sí, compitan para obtener la puntuación más alta y ganar una recompensa. Los que pierden podrían tener un premio consuelo o un castigo.
- Altruismo: se pueden plantear objetivos relacionados con el bien común, con un hecho noble de forma desinteresada. Este suele ser un atractivo para los jóvenes deseosos de una sociedad mejor, más igualitaria y solidaria.

### **Algunas experiencias en la asignatura de Tecnologías de Información (TI) en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba:**

Existen numerosas herramientas online gratuitas y accesibles que pueden emplearse para facilitar la gamificación de contenidos. A continuación se describen las experiencias al implementar diferentes entornos de aprendizaje en la cátedra de Tecnología de Información en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba, tanto para la carrera de Contador Público como para la Licenciatura en Administración:

#### Uso de redes sociales

El uso de Facebook genera una gran ventaja para los estudiantes, ya que de forma fácil y rápida se fomenta el diálogo entre compañeros, se comparten recursos, se favorece el aprendizaje colaborativo y se desarrollan habilidades comunicativas.

En el año 2011 se comenzó con el uso de Facebook; se creó una red abierta para la asignatura con el nombre "Contador Cátedra" en donde se plantearon temas relacionados con la tecnología, de interés para los jóvenes, y referidos a la realidad social, política e histórica del ámbito universitario, local, del país y de la región. Dentro de esta red se generó un grupo de trabajo cerrado denominado "Tecnología de Información", donde se admitían sólo a los alumnos inscritos a cursar la materia, con la finalidad de establecer un diálogo entre docentes y estudiantes, en donde era posible plantear consultas y dudas, realizar trabajos, etc.

La adhesión a la red y/o al grupo es totalmente voluntaria, ya que se utiliza esta herramienta en forma complementaria a las otras tecnologías educativas ya incorporadas por la cátedra.

Las interrelaciones más importantes que se plantean son:

- 1) El docente plantea una actividad de aprendizaje y los alumnos dialogan para resolver la consigna.

- 2) Los alumnos plantean consultas que son resueltas por los mismos compañeros sin intervención del docente.
- 3) Los alumnos plantean consultas específicas a los docentes.
- 4) Los docentes y los alumnos publican, comparten y comentan sitios de interés relacionados con la asignatura.
- 5) Una de las funciones de la red es encontrar personas. En este caso, dado que la cátedra tiene la característica de ser masiva, permite que los alumnos encuentren compañeros para la conformación de grupos de estudio para la realización de los trabajos prácticos.
- 6) Permite realizar conversaciones en línea (chat) entre docentes y alumnos.

### Herramientas de trabajo colaborativo

En el nuevo escenario de la web 2.0 se seleccionaron dos herramientas para trabajar en las clases prácticas: Blogs y Google Docs. El primero contribuye a enriquecer y potenciar la enseñanza ofrecida en el aula física en muchos aspectos, ya que el sistema de entradas y comentarios característico de los blogs, así como la habitual inclusión de enlaces al correo electrónico de cada participante, permiten que docentes y alumnos puedan comunicarse entre sí con distintos fines, tales como indicar consignas, responder consultas, plantear dudas, acordar criterios para la realización de trabajos grupales, etc.

Por su parte, el uso de Google Docs, tiene por objetivo realizar trabajos en forma colaborativa entre los alumnos integrantes de los grupos de estudio conformados en las clases prácticas. Además permite el acceso virtual a la producción de los estudiantes por parte de los profesores para su orientación y evaluación.

### Crea tu propio caso

En el ciclo 2013 de la asignatura se trabajó con una actividad que consistió en crear una progresión narrativa de un acontecimiento del estilo de los libros “elige tu propia aventura”.

Luego de terminar el estudio conceptual de las unidades “Aplicaciones de Negocios” e “Implementación de Sistemas de Información” (unidades 5 y 6 del programa de la asignatura), se les presenta el caso de una empresa real que tiene una determinada problemática con sus sistemas de información. Según las decisiones que se tomen deberán elegir diferentes caminos a seguir. En la Figura N° 1 se presenta un modelo de actividad.

Figura N° 1: Modelo de actividad

**CREA TU PROPIO CASO**

Calzetta Neumáticos es una Pyme de capitales argentinos especializada en la venta de neumáticos, llantas, accesorios y servicios asociados. Se enorgullece de ser "la primera empresa de su rubro en implementar un sistema de calidad bajo normas ISO 9001". Hoy, tiene 3 sucursales en la Provincia de Córdoba y es distribuidor oficial de las marcas Michelin y Pirelli, emplea a 70 personas y factura \$ 36 millones.

Durante el 2014 quiere incorporar un sistema de atención al cliente (CRM o gestión de la relación con clientes).

(Elige la OPCIÓN A o B)

<p><b>OPCIÓN A</b> Dado que no está clara la forma de contar con información de sus clientes sin que los mismos se sientan escuchados, Calzetta Neumáticos le propone a su equipo de desarrolladores la construcción de un "prototipo". Hasta llegar al producto final se peticionan las siguientes etapas:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Para el desarrollo se tuvieron en cuenta cuestiones que pueden provocar que la implementación NO SEA EXITOSA</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Terminada la etapa de prueba del sistema, el equipo decide encarar la implementación</p>	<p><b>OPCIÓN B</b> Se decidió implementar MasterSoft Gestión Enterprise módulo de CRM. Las características de estos sistemas que permiten la gestión de la relación con los clientes son:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Es importante para el éxito del proyecto tener en cuenta los siguientes factores claves:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Terminada la parametrización y configuración del sistema, se decide la puesta en marcha.</p>
--	---

La estrategia de instalación fue... (Elige la OPCIÓN C o D)

<p><b>OPCIÓN C</b> El corte de una sola vez que consiste</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>La ventaja es</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p><b>OPCIÓN D</b> Por prueba piloto que consiste</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>La ventaja es</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
---	--

El director de la campaña, que lleve su apellido, afirma que "si bien no se calculó el retorno de la inversión del proyecto, notamos el beneficio de la posibilidad de relacionarnos mejor con nuestros clientes, entre otras ventajas. Antes el Gerente de Mercadotecnia tenía que ir juntando información de las sucursales, recopilarla y recién después procesarla, antes de lanzar una campaña publicitaria".

## Juego de rol

Una vez terminado el estudio conceptual de la unidad “Procesos de Negocios” (unidad 3 del programa de la asignatura), la cátedra organizó un concurso para la presentación de propuestas para resolver un problema real: relevar y desarrollar el proceso de selección de aspirantes a becas de trabajo ofrecidas por el Gobierno de la Provincia de Córdoba (Argentina). El docente interpretaba el rol del Estado (contratante) y los alumnos eran los oferentes en el proceso licitatorio.

Como en toda licitación de un organismo público se fijaron plazos para la venta de pliegos, en este caso era la inscripción para participar del concurso, y luego fecha y hora límite de presentación de la oferta, es decir, la propuesta de solución (en la Figura N° 2 se presenta la ficha de inscripción y en la Figura N° 3, las bases del concurso).

El objetivo es que el alumno interprete personajes que le permita comprender distintas perspectivas.

Los premios consistieron en la posibilidad de participar de cursos/talleres de especialización en el uso de herramientas informáticas extra-curriculares.

Figura N° 2: Ficha de inscripción



Ficha de inscripción: Concurso Modelado de Procesos

\* Requisito \*

Apellido y Nombre \*

Legajo

Dirección de e-mail

Describe porqué te interesa participar en este concurso

**Subir**

Form created through Google Forms

Powered by  The form was created inside of Facultad de Ciencias Económicas de la UNC

[Report Abuse](#) [Terms of Service](#) [Additional Terms](#)

Figura N° 3: Bases del concurso

<p><b><u>BASES Y CONDICIONES DEL CONCURSO DE MODELADO DE PROCESOS</u></b></p> <p>Los alumnos de la cátedra de Tecnología de Información I, turno NOCHE, (Profesores C/ Gaura y Dra. Díaz) podrán presentar sus proyectos para el <b>concurso de "modelado de procesos"</b>.</p> <p>Los interesados en participar deberán completar el <a href="#">formulario de recepción</a> hasta el miércoles 14 de agosto de 2013.</p> <p>La fecha límite de presentación del Modelo de Proceso es el <b>25 de agosto de 2013</b> y la propuesta debe incluir:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Listado de tareas.</li> <li>2) Diagrama del modelo de proceso desarrollado con el software Bizagi.</li> </ol> <p>El objetivo es la elaboración de un <b>Modelo de Proceso para la selección de los beneficiarios del Programa Primer Paso (PPP)</b>. El <a href="#">instructivo con los requisitos</a> de dicho programa se encuentran en el sitio web del Gobierno de la Provincia de Córdoba.</p> <p>El control de la identidad de los aspirantes, la veracidad de la existencia de las empresas y cantidad de empleados registrados por cada una de ellas será realizado</p>	<p>por la Dirección Nacional SINTyS (Sistema de Identificación Nacional Tributario y Social).</p> <p><b><u>JURADO Y CRITERIOS DE SELECCIÓN:</u></b></p> <p>El jurado está integrado por los Profesores de la Cátedra.</p> <p>Se considerarán y analizarán todos los proyectos debidamente inscriptos y que cumplan con todos los requisitos de este concurso. El jurado seleccionará 15 (quince) proyectos ganadores, y 5 (cinco) proyectos suplentes, estableciendo un orden de mérito.</p> <p>El jurado adoptará los siguientes criterios de evaluación:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Creatividad de la propuesta.</li> <li>b) Relación del proyecto con el eje y objetivo del concurso.</li> </ol> <p>La decisión del jurado será inapelable.</p> <p><b><u>PREMIOS</u></b></p> <p>5 Becas de Taller de Tango 10 Becas de Taller Excel Avanzado</p>
--	--

### Desarrollo de una wiki

Dado que los alumnos están muy familiarizados de transitar por diferentes pantallas, que navegan a través de los links a modo de hacer zapping, lo que los lleva a no leer las páginas completas en el orden tradicional (de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha), sino que las ojean buscando frases o palabras claves. Se propuso la construcción de una wiki donde los alumnos organicen los casos prácticos.

El desafío fue buscar las palabras claves que permitieran una concatenación lógica de los links.

### **Principales resultados**

<p>Redes sociales</p>	<p>La participación es mayoritaria, si bien la decisión de adherirse al grupo de estudio es voluntario, cada año un porcentaje superior al 70% de los alumnos inscriptos en el cursado, solicitan admisión en el grupo.</p> <p>La experiencia resulta muy positiva tanto para los alumnos como para los docentes. Los resultados fueron presentados en el Virtual Educa del año 2012 (Panamá).</p>
<p>Herramientas de trabajo colaborativo</p>	<p>Para incentivar el trabajo colaborativo los alumnos en las comisiones de trabajos prácticos se utilizaron documentos de Google que les permitió crear y editar archivos de diferentes tipos (texto, planillas de cálculo, presentaciones), utilizando un navegador. Además pueden enviarlo por mail, descargarlos en la PC, compartirlos on-line, e incluso son compatibles con MS-Office.</p>

	<p>Los alumnos forman grupos de hasta siete compañeros, que deben crear cuentas de gmail, y escribir informes que luego exponen a través de presentaciones con diapositivas. Los archivos deben ser generados y actualizados en forma colaborativa.</p> <p>Esta forma de trabajo es obligatoria y tiene como ventaja generar destrezas y hábitos para evitar las “reuniones presenciales” que suelen ser difíciles de consensuar en horario y lugar. Además los docentes hacen sugerencias y observaciones on-line.</p>
Crea tu propio “caso”	<p>La experiencia fue muy exitosa, ya que se hizo una selección de las mejores fundamentaciones y los alumnos recibían un bonus que les permitía acumular puntos para alcanzar la promoción de la materia. A todos les gustó recibir regalos inesperados, y el premio los motivó a conseguir más recompensas.</p>
Juego de rol	<p>Se anotaron 43 alumnos para participar en el concurso. Una vez vencido el plazo, se presentaron 28 propuestas que se analizaron y evaluaron para publicar un orden de méritos.</p> <p>Los alumnos premiados valoraron muy bien la propuesta de la cátedra y el 100% asistieron y aprobaron los talleres propuestos.</p>
Construcción de una wiki	<p>En general, los jóvenes son hábiles en recorrer por los links ya creados, navegan sin miedos ni prejuicios. Pero en la experiencia que se desarrolló en la asignatura les costó imaginar y diseñar una secuencia propia.</p> <p>En la primera prueba piloto no se lograron los objetivos previstos, por lo que en futuros ciclos se redefinirá esta actividad.</p>

## Conclusión

La Universidad tiene un gran desafío con las generaciones que están hoy interactuando: los alumnos, integrantes de los famosos nativos digitales, y los docentes, denominados inmigrantes digitales. Son dos concepciones que colisionan, ya que los profesores definen un modelo que no cubre los intereses de los estudiantes. Esto hace necesario pensar en un rediseño del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Como docentes, nos debemos plantear si preferimos ¿encantarlos o perderlos?. Este trabajo describe distintas iniciativas que resultaron muy positivas para motivar a los jóvenes para participar y permanecer en el sistema educativo, desarrollando su potencial al máximo y aprovechando sus aptitudes tecnológicas y creativas en beneficio de comprender, asimilar y aplicar los contenidos de la disciplina que se estudia.

La web 2.0 a través de sus herramientas, como son las redes sociales, los blogs, las wikis, entre otras, dan la oportunidad de aprender de los jóvenes, ellos saben mucho más de su uso que los adultos. Además permiten trasladar al profesor, ubicado delante cerca de la pizarra, al interior del salón de clases para apoyar el trabajo de sus alumnos; a su vez los alumnos toman el rol de profesor y les enseñan a sus compañeros. Una clase con TICs es motivadora, entretenida, se percibe diferente.

Las experiencias descritas dan cuenta que si el profesor sabe de TICs, y las usa en sus clases, mejora la comunicación con los alumnos, y entre ellos, facilitando el logro de los objetivos planteados.

Esta nueva generación requiere de un cambio de paradigma académico importante, que tiene que ver con modificar realmente la forma de cómo se enseña y rediseñar los recorridos del aprendizaje.

## **Bibliografía**

Burcaglia, T. (2013). *El arribo de la generación Z*.  
<http://servicios.lanacion.com.ar/archivo/2013/08/17/sabado/001>

Ensinck, M. (2013) *Generación Z: La vida a través de una pantalla*.  
<http://servicios.lanacion.com.ar/archivo/2013/01/20/cuerpo-principal/001>

Prensky, M. (2001). *Digital Game-Based Learning*, publicado en 2001 por McGraw-Hill, y re-editado en 2007 por Paragon House.  
Disponible en línea: <http://marcprensky.com/digital-game-based-learning/>

Prensky, M. (2012). *From Digital Natives to Digital Wisdom: Hopeful Essays on Education*, publicado por Corwin. <http://marcprensky.com/from-digital-natives-to-digital-wisdom/>

Prensky, M. (2012). *BRAIN GAIN: Technology and the Quest for Digital Wisdom*, publicado por Palgrave Macmillan.  
<http://marcprensky.com/brain-gain-technology-and-the-quest-for-digital-wisdom/>

Sanchez, N. (2012) *Llega la Generación Z*  
[http://www.ieco.clarin.com/economia/llegaGeneracion\\_0\\_691131168.html](http://www.ieco.clarin.com/economia/llegaGeneracion_0_691131168.html)