



ILUSTRACIÓN: LUIS PAADIN



MARGA CABRERA MÉNDEZ  
JOSÉ LUIS POZA LUJÁN  
NURIA LLORET ROMERO

LAS APTITUDES DIGITALES SERÁN  
IMPRESCINDIBLES PARA LA ENSEÑANZA

# Docentes: o Mutación: o extinción

El docente universitario está obligado a mutarse hacia un perfil tecno-digital en el que integre sus competencias con las digitales. Los que no se adapten serán analfabetos funcionales y tenderán a la extinción. Las aptitudes digitales serán imprescindibles para la docencia futura porque nuestros jóvenes ya son digitales.

Digital skills will be essential for teaching  
**TEACHERS: MUTATION OR EXTINCTION**

The university professor is obliged to move towards a techno-digital profile in which he integrates his current competences with the digital ones. Those who do not adapt to this will be functional illiterates and will be vulnerable to extinction. Digital skills will be essential for future teaching because our young people are already digital.

**Keywords:** university, teacher, new technologies, digital gap, motivation

Palabras clave:  
universidad,  
docente, nuevas  
tecnologías,  
brecha digital,  
motivación



La digitalización del docente supone un avance en la universidad, que no pasa únicamente por adaptarse al *software* educativo, sino que implica generar una identidad digital y concebir una transformación en habilidades personales, con profundos cambios en la gestión, procesos y funciones en la docencia, para ser mucho más accesibles para el alumnado y más abiertos a la cultura global y digital. Los días del profesor que da la lección magistral se han acabado. Puede ser peligroso tener docentes analógicos, ciegos a los cambios que suceden en su entorno y desconectados de la realidad. Sobre todo cuando están en sus manos los profesionales del futuro y estos sí deben tener las capacidades digitales desarrolladas cuando finalizan sus estudios.

Los cambios vienen rápidos y son muchos los educadores a los que les ha atrapado la brecha, no solo la digital, sino la generacional. Y no es cuestión de edad, como muchos apuntan en cuanto a las nuevas generaciones que nacen digitales, sino que es un elemento de actitud, de querer evolucionar con la sociedad que nos rodea, de curiosidad, de perseguir, mejorar y aprender, de vocación. La docencia se debe adaptar a los cambios. El hecho de estar presente en el entorno del alumnado es básico, por ejemplo, en las redes sociales, ¿cómo va a motivar un profesor a un alumno si desconoce su mundo, sus costumbres y su manera de comunicarse?

Los docentes deberían incentivar la proactividad de sus estudiantes hacia la mutación digital, cambiar los procesos de enseñanza hacia lo digital y mejorarlos con las nuevas herramien-

tas, optimar la comunicación con los alumnos y los procesos de enseñanza abriendo caminos para compartir y generar nuevo conocimiento de forma global, asumiendo y explotando todos los beneficios que la sociedad-red ofrece, mejorando la gestión del talento y la inteligencia colectiva. Y lo que es más importante, olvidar muchos de los paradigmas de docencia que se venían ejerciendo y que ya no tienen sentido.

No se puede enseñar a jóvenes digitales sin tener en cuenta sus características. Un docente universitario que prepara personas del futuro no puede obviar la idiosincrasia de la sociedad en red, “aunque hay diferencias según los sectores económicos, nada puede haber más peligroso que un directivo que no entienda los nuevos mecanismos de mercado, que no sepa por qué sus procesos se transforman, por qué sus valores, por qué su rol directivo, su forma de gestionar personas y talento organizativo debe cambiar” (Gallardo, 2014).

La inteligencia colectiva, la cooperación sin fronteras o el trabajo virtual son instrumentos del día a día del alumnado, en todos los sectores. ¿Por qué no aprenden utilizando estos valores, implementando estas nuevas relaciones humanas que van a ser su futuro laboral y personal? Las competencias, el cambio, la creatividad y la innovación van a ser elementos fijos en su futuro, deben trabajarlo desde la infancia y, por supuesto, a lo largo de su vida académica. El problema pasa por los docentes que no lo ven.

La brecha alcanza al modelo de dar las clases y a los contenidos. Cuando aparece una novedad no es fácil institucionalizarla como asignatura, los proce-

sos administrativos para dar de alta cambios significativos, por ejemplo, crear una nueva asignatura que no existía en el programa, son lentos y difíciles.

En muchas carreras existe un cúmulo de contenidos obsoletos y el docente debe evolucionar y preparar material de acuerdo a la sociedad en la que vivimos. Un grave problema de las universidades es qué hacer con todos aquellos docentes que no se reciclan y cuyas asignaturas carecen de sentido. En la universidad pública la mayoría de estos profesores son funcionarios, no se puede prescindir de ellos ni forzarles a reconvertirse digitalmente, para más inri la contratación de nuevo personal no contempla los nuevos modelos, con lo que las universidades públicas se están quedando obsoletas en forma y contenido, les está alcanzando la brecha digital sin reaccionar ni evolucionar.

No es una cuestión de obligar a los docentes a reciclarse, seguramente pase por la motivación y la formación de formadores, elementos en los que sí están trabajando las instituciones, pero que quizás haya que reforzar, acelerar e incentivar para obtener mejores resultados.

## Cambios en la docencia

Los alumnos localizan la información cuando la necesitan, tienen un dispositivo en su bolsillo con el que buscar en cualquier momento una duda. ¿Por qué entonces el profesor tiene que ofrecerles contenidos que pueden encontrar ellos mismos? La labor es la de mentor, de guía para investigar y decidir los



# Los docentes deberían incentivar la proactividad de sus estudiantes hacia la mutación digital

elementos necesarios, acompañando al alumnado en su interés y profundizando individualmente según sus necesidades, ayudando a generar criterio. Una tarea más activa que pasiva.

Este aspecto, lejos de ser novedoso es conocido desde mediados del siglo XX. Los niveles básicos de la taxonomía del aprendizaje de Bloom (Bloom, 1956) ya lo predicen. El conocimiento (teoría), la comprensión y la aplicación de esos contenidos teóricos (resolución de problemas y sesiones prácticas) son niveles que la tecnología digital ya proporciona sin necesidad de que un profesor-sabio los proporcione. Sin embargo, los niveles complejos del aprendizaje, el análisis y la síntesis de conocimientos, y la innovación, no son sustituibles por la tecnología. Para los jóvenes, las redes sociales y sistemas de mensajería constituyen espacios muy relevantes de socialización, encuentro, intercambio

y conocimiento. En un artículo de Beatriz G. Portalatín de 2014<sup>1</sup> se exponía que los jóvenes se sienten incompletos sin Internet y sin las redes sociales. Según el mismo, los jóvenes entienden que las redes son el lugar donde deben estar: facilitan nuevos procesos de integración, pero también de exclusión. Todo pasa en las redes sociales y lo que no pasa en ellas, se gestiona allí. Por lo que “no saber gestionar bien ambas presencias supone quedarse fuera”. De este modo “estar en redes sociales exige un aprendizaje continuo y una mentalidad abierta al cambio, una constante alfabetización digital, y es necesario ver cómo cambian las comunicaciones, nuevos códigos y valores”.

¿Deben o no estar los docentes en redes?, como dice el profesor Durart en su editorial *Internet, Redes sociales y Educación*: “el profesorado tiene el reto de ser permeable a los cambios que

<sup>1</sup> Portalatín, B.G. (2014). “Los jóvenes se sienten incompletos sin Internet y las redes sociales” en *El Mundo Tecnología*. Disponible en: <http://www.elmundo.es/salud/2014/04/09/534563de-ca4741434c8b4578.html>

# No es cuestión de edad sino de actitud, de querer evolucionar con la sociedad, de curiosidad, de perseguir, mejorar y aprender, de vocación

se producen en el entorno comunicativo y de los usos sociales de la Red. La verdadera transformación se encuentra en la dinámica educativa, en el proceso educativo que se desarrolla en el aula y, hoy cada vez más, fuera de ella". Si de verdad se quiere motivar y llegar a los alumnos habrá que entender su entorno y adaptar la enseñanza al mismo.

Claramente, si se puede llegar hasta los estudiantes en cualquier momento, el docente tiene que estar dispuesto a ello. No tiene sentido cerrar la comunicación con el alumno fuera del aula, por qué no solucionar temas en la Red, en grupos de discusión, e incluso por WhatsApp. ¿Es preciso esperar al martes a las 12, horario de tutoría, para solventar una duda? ¿Son las tutorías presenciales necesarias? No deben desaparecer, pero pueden ser sustituidas por otras formas de comunicación apoyadas en la tecnología. El "miedo" del docente a perder su privacidad, es en realidad miedo a lo desconocido, fal-

ta de conocimiento en el uso de las tecnologías. Sin embargo, hay solución, el docente puede adaptarse, renovarse, migrar hacia el mundo digital.

## El docente social

El docente de hoy tiene un alto potencial en su propia marca, ya no depende únicamente de las revistas científicas donde publique, sino que el hecho de compartir sus investigaciones de manera particular o a través de grupos de investigadores beneficia su identidad digital a la hora de labrarse una reputación. Le identifica tanto su investigación académica, formalmente hablando, como sus publicaciones en las distintas redes, estas hacen de amplificador. Los docentes que saben sacarle partido encuentran el vehículo ideal para el contacto con el público, con otros investigadores, para conocer su parecer y hacer que la información evolucione.

Aunque a muchos no les agrade el concepto de marca personal aplicada a los docentes, lo cierto es que las redes sociales dan una gran proyección a los profesionales, es su marca académica. La presencia en Internet no es una recomendación, sino una obligación.

Conseguir una identidad digital requiere esfuerzo y dedicación, pero, sobre todo, capacidad para diferenciarse y aportar valor añadido en un contexto donde abunda la información y donde se multiplican también las oportunidades para el docente innovador y curioso. Naturalmente, el docente que se adapta a la tecnología se convierte en un ser social-digital. Su perfil público pasa a ser su marca personal, su reputación digital y lo que la Red dice de él va a ser tan significativo como su currículo, aunque

parezca increíble que en el mundo académico importe tanto la huella digital como la trayectoria académica.

En algunas universidades ya están potenciando la marca personal de los docentes estrella, es un valor en alza para la universidad y se explota. Dentro de las estrategias de posicionamiento de universidades en los rankings internacionales se está valorando a los docentes con marca académica pues ayudan a su entidad a mejorar su reputación y visibilidad científica.

Los métodos tradicionales de difusión y posicionamiento del trabajo académico incluyen la asistencia a conferencias o congresos científicos y publicaciones en revistas y libros de editoriales de impacto. Estos siguen siendo elementales, pero la marca académica cada vez va tomando más relevancia e Internet está proporcionando el espacio ideal para su promoción internacional.

Para mejorar la huella académica de los docentes aparecen nuevas redes sociales especializadas en el mundo académico-científico, redes como *Researchgate* que facilitan la difusión de trabajos académicos, así como el contacto entre diferentes científicos. Las redes académicas permiten la difusión del conocimiento mediante la publicación de los avances o resultados de investigación.

Un docente del siglo XXI debe estar atento a estas redes, debe conocer quién es quién en su sector y debe presentarse al mundo digital, no puede seguir escondido en su aula o laboratorio.

## Muta o se extingue

Se exige al docente que presente unas habilidades en comunicación digital que todo el mundo no está dispuesto a

implementar. Es difícil que un docente que lleva media vida en la universidad asimile qué es la marca académica y la implicación de su huella digital. Lo que se espera del docente es que, además de las habilidades propias de su área de conocimiento, esté al día de los avances en comunicación digital, pedagogía, y relaciones interpersonales.

No solo ha de estar en las redes y conocer las nuevas tendencias tecnológicas, sino que además debe saber gestionar sus habilidades digitales, posicionar su marca personal y su investigación, generar redes de contactos en el sector y saber incentivar y motivar a los alumnos en su ecosistema. Realmente la tarea no es sencilla, más cuando evoluciona cada día y lo que sirve para un curso seguramente quede obsoleto el próximo.

Cuando se fusiona lo *online* y lo físico en el entorno de aprendizaje, cuando el docente logra el equilibrio entre su yo del aula y su yo digital, cuando se hace accesible para los alumnos provocando el espacio ideal para la enseñanza sin importar si el espacio es físico o

virtual, es cuando podemos decir que el docente ha mutado digitalmente.

Esperemos que la selección de personal en un futuro próximo tenga en cuenta la vertiente digital del docente, no solo la académica, la de investigación y la de gestión. Es decir, que se tenga en cuenta la huella digital y se valore a los profesionales como docentes también desde esta perspectiva, no solo en cuanto a su perfil en la Red sino también a las conexiones con el sector, a su posicionamiento como investigador, al posicionamiento de sus investigaciones... la ausencia de marca digital será un indicio de ausencia de habilidades digitales, imprescindibles en un docente del siglo XXI.

## Bibliografía

- Bloom, B.S. (Ed.). Engelhart, M.D.; Furst, E.J.; Hill, W.H.; Krathwohl, D.R. (1956): *Taxonomy of Educational Objectives, Handbook I: The Cognitive Domain*. Nueva York, David McKay Co Inc.
- Duart, J. M. (2009): "Internet, redes sociales y educación" en *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal* vol. 6, núm. 1. Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya.
- Gallargo, V. (2004): "¿Es relevante la marca personal de un directivo o del CEO?" en *Con tu negocio.es*. Disponible en: <http://www.contunegocio.es/recursos-humanos/es-relevante-la-marca-personal-de-un-directivo-o-del-ceo> [Consulta: 2018, 30 de marzo].
- Gómez, M. y otros. (2011): "El uso académico de las redes sociales en universitarios" en *Comunica*, 38, v.XIX, 2012.
- Rebollo M y otros. (2011): "Calidad en los procesos de enseñanza-aprendizaje mediante medios y redes sociales en educación": IV Jornada de Innovación docente. UPV.