

Pensar al docente, aislado del grupo y de la motivación lograda sería una negación para aquellos que disfrutaban del placer de enseñar y aprender.

Notas

¹ <http://www.rae.es/rae.html>

² Motivación. Querer aprender. Juan Antonio Huertas, Ed. Aique.

³ Enseñar y aprender en grupos Cooperativos. D. Gentile y D. Stigliano. (Ed. Novedades Educativas, 2006)

⁴ Motivación. Querer aprender. Juan Antonio Huertas, Ed. Aique.

⁵ La Escuela Inteligente, D. Perkins. Ed. Gedisa. Pág. 82

⁶ Motivación. Querer aprender. Juan Antonio Huertas, Ed. Aique. Pag. 108

the classroom, is an aim that every professor considers at the time of putting in practice effective education strategies.

Key words: Education - motivation - empathy - strategies - education - design - intrinsic.

Resumo: Um dos desafios para o professor que está a cargo de um grupo de estudantes é conseguir que os mesmos atinjam um nível de motivação, o suficientemente amplo como para aprender empáticamente os conteúdos da matéria.

Sabemos que a cada pessoa tem suas características próprias, seu próprio conhecimento, ideais, gostos, história e entre outras sua motivação própria.

De experiência de ensino da universidade, ele acredita que a “motivação” em sala de aula é uma meta que cada professor tem em mente ao implementar estratégias ensino efetivas.

Palavras chave: educação - motivação - empatía - estratégias - ensino - desing - intrínseca.

(*) **Wu Jorge.** Diseñador Gráfico e Ilustrador. Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Diseño Visual de la Facultad de Diseño y Comunicación.

Abstract: One of the challenges for the professor who is in charge of a group of students is to allow them to reach a wide motivation level, in order to foster their learning. We know that each person has own characteristics, their own knowledge, ideals, tastes, history and motivation. After the experience as university professor, the author thinks that “the motivation” in

Docentes de la “Generación Y”

Ana Carolina Bongarrá (*)

Fecha de recepción: julio 2010

Fecha de aceptación: septiembre 2010

Versión final: noviembre 2010

Resumen: Se reflexiona sobre la búsqueda de un alumno pensante y reflexivo, que tiene que dudar del saber cotidiano y buscar nuevas respuestas. Un estudiante consciente de su potencialidad que debe asumir que es el principal responsable de su aprendizaje. Esto dará como resultado un profesional innovador. Y a la vez sobre los docentes, crear conexiones distintas, estrechar relaciones fuertes y auténticas. ¿Por qué no cambiar el docente? ¿Por qué siempre tienen que cambiar los alumnos?. La misión educativa es dialogar con esta generación, intentar participar y responder a sus necesidades.

Palabras claves: educación - docente - alumno - enseñanza - aprendizaje - jóvenes.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 173]

Las campanas de alarma

Antiguamente se hacía hincapié en el accionar del docente y en el contenido que éste daba. Desde hace unos años el alumno, el tercer elemento de la llamada tríada didáctica, es el componente de mayor atención a la hora de pensar en las formas de enseñar y aprender. Por ello, reflexionar sobre quiénes están llenando las aulas de nuestros profesorado y universidades es una manera de repensar las formas y estrategias que venimos llevando a cabo.

Según el diario La Nación, la Generación Y está integrada por jóvenes de entre 18 y 30 años que crecieron rodeados de la tecnología, el consumo y la publicidad. No creen en el trabajo para toda la vida ni en la política, aunque la ecología logra movilizarlos. La expresión Generación Y se refiere a una sucesión de Generación X, un término que hizo popular el escritor canadiense

de ficción Douglas Coupland en 1991. En su novela del mismo nombre, Coupland utilizó este concepto para describir a una generación de jóvenes que rompía con las pautas y costumbres anteriores, y que era la primera generación que vivía el impacto del acelerado desarrollo de los nuevos medios de comunicación.

Para la periodista Raquel San Martín de La Nación, los jóvenes de la Generación Y están atrapados en una adolescencia prolongada, transitan sus carreras universitarias y acceden a sus trabajos en ambientes donde el estilo hedonista, impaciente y de atención múltiple causa no pocos choques con las expectativas de docentes y jefes que, por ejemplo, se siguen asombrando de que en una entrevista laboral el interés principal del candidato origine preguntas como: “¿Cuántas semanas de vacaciones tengo?”, o que los comentarios en clase empiecen invariablemente con: “Yo opino que...”

En el ámbito educativo, cuántas veces pronunciamos frases como: “los chicos de ahora no escriben correctamente; es muy difícil leer algunos trabajos; si redactaran como hablan...; sólo los que se sientan adelantados demuestran interés; el tiempo que prestan atención es muy corto y se distraen fácilmente, etc, etc”. Si bien ésta es una realidad incuestionable, no siempre nos detenemos a indagar acerca de los cambios generacionales que vienen sucediéndose tan vertiginosamente, y en cómo esta situación está afectando de manera decisiva a nuestra práctica docente.

David Perkins, autor de *La escuela inteligente*, se refiere a estas cuestiones como “campanas de alarma” o “tribulaciones” por las que atraviesa la educación. Porque si bien se hace un mayor hincapié en el aprendizaje del alumno, todavía persisten factores de la mala enseñanza como el poco pensamiento en las clases, el gran énfasis en la información, y la capacidad del alumno por sobre el esfuerzo, entre otros. Esto provoca que el conocimiento de los estudiantes sea “frágil”, que lo olviden fácilmente y no logren aplicarlo en otras situaciones, y que sólo busquen complacer al docente y cumplir con las tareas escolares. Claro que este rol pasivo de los alumnos, o como dice César Villarroel de “recipientes” es avalado por ellos mismos, que en general se sienten cómodos y rechazan los cambios hacia un rol más activo. Por ello muchas veces los docentes nos encontramos con una actitud apática, con falta de compromiso y un no conformismo con lo que ofrecemos.

Es bueno aclarar que el objetivo de este escrito no es criticar al docente o al estudiante de hoy, sino conocer más a fondo a los alumnos, y así poder reflexionar acerca de las herramientas didácticas que estamos utilizando. O como dice Donald Shon, “reflexionar en la acción” sobre lo que venimos haciendo de forma intuitiva en nuestra práctica profesional.

Las creencias de los docentes

Muchas veces encaramos la clase con un conjunto de ideas que funcionan como un soporte racional a las decisiones pedagógicas que tomamos. A estas “casi” teorías, Alicia Camilloni en sus *Reflexiones para la construcción de una didáctica para la Educación Superior* las incluye dentro de la llamada Didáctica del Sentido Común. En dicha Didáctica, entre otras, se encuentra la tesis sobre el estudiante de este nivel: “El alumno es un sujeto joven, con capacidad ilimitada de aprendizaje y a la vez maduro, que debe demostrar los productos de su aprendizaje como individuo adulto.” De esta concepción se deriva la noción de un tipo ideal de alumno: “Un estudiante que puede aprender todo, un sujeto que es dependiente cuando lo quiere el docente, e independiente cuando debe demostrar que es capaz de pensar o pensar con autonomía.”

En otro libro de Camilloni, *El saber didáctico*, la autora señala que es necesario ocuparse de estas creencias sobre los estudiantes porque ellos pueden ser las víctimas de ideas erróneas y prácticas inadecuadas. En estas concepciones conviven mitos arcaicos sobre el papel de los educadores y sobre los tipos de docentes y alumnos. Tienen una marcada tendencia a hacer generalizaciones y afirmaciones categóricas, y muchos profesores

suelen otorgarles un carácter natural, sin someterlas a revisión ni a crítica, transformándolas en normativas. Del mismo modo, es interesante rescatar el concepto de “sobrevivientes” que plantea Perkins en su enseñanza comprensiva, refiriéndose a los alumnos que quedan relegados en el salón de clases donde se establecen patrones de mal entendimiento entre ellos y los docentes. Estos malos entendidos son justamente los que tenemos que evitar, comprendiendo un poco más a los alumnos y construyendo “puentes” que nos permitan acercarnos a ellos.

Y este concepto de puente se relaciona también con las “puertas de entrada” que propone Howard Gardner para las inteligencias múltiples. Quien nos hace pensar en el conocimiento de un tema como el de una habitación a la que se puede acceder desde diferentes puertas. Gardner señala que un docente habilidoso es quien puede abrir un importante número de entradas a un mismo concepto. Por ejemplo, la incorporación de las herramientas tecnológicas a la clase es una forma de llegar al alumno desde algo que conoce y le es familiar.

El alumno real

Las características del alumno ideal mencionadas anteriormente, dista mucho del alumno real con quien trabajamos. Si bien son jóvenes, la nueva adolescencia los está invitando a postergar la madurez. La gran cantidad de estímulos, o la sobre estimulación en la que están inmersos, produce en ellos una atención limitada, aunque de varios asuntos a la vez. Pueden aprender de todo, sí, siempre y cuando les resulte interesante el contenido o la forma en que lo reciben. Son muy independientes en su accionar y críticos hacia el rol del adulto y los medios de comunicación masivos, pero también dan como válida toda la información que les llega a través de Internet y las redes sociales, y son dependientes de la tecnología.

El alumno real de la universidad, catalogado dentro de la Generación Y, también nombrado como “millennials”, “generación Google”, “iGeneration”, “Generación @”, “Generación Net”, es un estudiante con cualidades diferentes a los alumnos de hace apenas dos décadas. No son mejores ni peores, simplemente distintos. Para Fernando Hernández, autor de “Las decisiones en torno a la enseñanza: el campo del currículum”, todo está cambiando: los conocimientos y habilidades para vivir y desarrollarse; los estudiantes que aprenden de diversas formas; y los contextos culturales que son diferentes.

La Generación Y de Estados Unidos (más de 70 millones de consumidores que gastan US\$ 172 millones al año, según Harris Interactive) fue investigada por Junco y Mastrodicasa en el 2007 en *Connecting to the Net. Generation*. A través de un estudio realizado a 7.705 estudiantes de universidades, los resultados arrojaron que el 97% tiene una notebook; el 94% teléfono celular; el 76% utiliza mensajes de texto; el 34% se informa de las noticias a través de la web; el 28% es autor de un blog; el 75% tiene cuenta en Facebook; y el 60% posee algún tipo de dispositivo portátil de música o video, entre otros datos.

Otro término popularizado es el de “nativos digitales”,

acuñado por Marc Prensky en el 2001, que hace especial hincapié en el hecho de que, como consecuencia de este intensivo uso o apropiación de las nuevas tecnologías, los jóvenes y niños de esta generación piensan y procesan la información y se relacionan socialmente de una forma fundamentalmente diferente a la de las generaciones anteriores. Prensky sostiene que dado que los estudiantes universitarios de hoy en día pasaron aproximadamente 5 mil horas leyendo, pero 10 mil horas jugando videojuegos y 20 mil horas mirando televisión, los juegos de la computadora, el correo electrónico, Internet, los teléfonos celulares y los mensajes de texto son partes integrales de sus vidas. Esto, argumenta, creó a una generación de jóvenes y niños que a diferencia de sus mayores están acostumbrados a recibir información realmente rápido, saben funcionar con procesos paralelos y multitareas, prefieren los gráficos antes que los textos, y los juegos al “trabajo serio”, trabajan mejor en redes, y gustan de la navegación azarosa (del tipo hipertexto), de la gratificación instantánea y de las recompensas frecuentes.

Para la analista de IE (Centro de IE Business School para el análisis de la sociedad de la Información y las Telecomunicaciones) María Frick, las tendencias que se observan con respecto a la generación digital en América Latina tienen rasgos similares a las que se ven globalmente.

Datos aportados por La Nación señalan que la Generación Y representa en nuestro país al 22% de la población, y la paridad de género es un hecho: el 52% son mujeres y el 48% varones. Sin embargo, en países desiguales como la Argentina, el grupo que es retratado por estas características es el que pertenece a una franja socioeconómica media y media alta, con un capital económico y educativo que le permite, por ejemplo, cambiar de trabajo, postergar la salida de la casa paterna hasta terminar la maestría, o emprender un viaje exploratorio por Asia. Este grupo, que es parte de un fenómeno global, en Europa y Estados Unidos se caracteriza por haber instalado los llamados “valores posmateriales”, ya que prioriza la autonomía, la autoexpresión y la calidad de vida por sobre la satisfacción de necesidades materiales, que se dan por sentadas.

La empresa de análisis de opinión pública IPSOS realizó en 2009 un estudio cualitativo de la Generación Y, a pedido del IAE (Instituto Argentino de la Empresa), que recibió la inquietud de empresarios y directivos de Recursos Humanos sobre qué hacer con jóvenes creativos y talentosos, pero que parecen poco dispuestos a “ponerse la camiseta” corporativa dócilmente. Sus resultados dibujan a una generación para la que el trabajo perdió su valor de estabilidad, que valora experimentar el consumo más que acumular bienes; jóvenes que quieren ser dueños de su propio tiempo, que aceptan la diversidad de buen grado, que arman sus salidas improvisando y sobre la marcha, que quieren ser reconocidos como adultos sin dejar la casa de sus padres, que desprecian la política tradicional pero se embarcan con ganas en causas ecológicas y solidarias. Jóvenes más libres, pero con menos seguridades.

Muchas de las características que recogió IPSOS en su estudio, y los que la UADE (Universidad Argentina de

la Empresa) define en los suyos, identifican al miembro de la Generación Y con un adolescente que rechaza la autoridad pero que hace planteos emocionales aún en el trabajo. En cuanto a este ámbito, clarinempleos.com realizó en 2009 un encuentro con profesionales que expusieron sobre la “Generación Y”. Andrés Mosteiro, gerente de Selección, Formación y Desarrollo de Recursos Humanos de la petrolera YPF, explicó que la duración del programa de Jóvenes Profesionales se redujo de 4 a 2 años. Mosteiro detalló que esto tiene que ver con las ganas de los nuevos profesionales de incorporarse más rápido a la empresa, y con la formación que reciben en el programa. Llegado el proceso de entrevistas, también se eliminó el esquema tradicional de evaluaciones rígidas (como las de coeficiente intelectual o las de ciencias duras) ya que esto no permite medir las habilidades de liderazgo.

Paola Desimone, gerente de Proyectos Argentina de Talentos de LATAM, indicó que los jóvenes valoran el tiempo y lo utilizan de manera productiva. Requieren mucho feedback, necesitan que haya un compromiso de ambas partes y eso se lo piden a sus jefes y a las compañías donde trabajan. Parte de la etapa de selección la gestionaron a través de sistemas de evaluación como tests online y juegos interactivos, *blogs*, videos y entrevistas por Skype.

Para desarrollar un programa de jóvenes profesionales adaptado a este target, Verónica Carabajal, gerente del Centro de Expertise de Talento de Unilever Cono Sur, mencionó que se debe abordar un plan inicial de comunicación con fuerte foco en la tecnología. En esta línea, la empresa alineó su página web de reclutamiento con Facebook.

Por la opinión de los expertos, podemos comprobar que las empresas también están diseñando estrategias para acercarse a esta generación. No será raro entonces pensar que los tiempos se acortan y las formas están cambiando.

La adolescencia hoy

Ya hemos escuchado que la adolescencia se fue extendiendo hasta los casi 30 años, pero es bueno conocer la visión de algunos científicos acerca de esta etapa de la vida.

El Centro de Estudios sobre el Cambio en la Cultura y la Educación (CECACE) está formado por un grupo de investigadores dedicados a la comprensión de los fenómenos vinculados a las transformaciones y emergencias de las sociedades contemporáneas relacionadas con la cultura y la educación.

Fernando Hernández, de la Universitat de Barcelona, publicó en el CECACE un artículo en donde hace referencia al término “culturas juveniles” que desde mediados de los setenta se viene utilizando. El mismo comenzó a tener auge con la obra de Erik Erickson de 1968 “Identidad. Juventud y Crisis”, que dejó una importante huella en la vinculación de ciertos comportamientos juveniles de carácter individual y grupal. Esta mirada del mundo de los jóvenes se fue manteniendo con algunas variantes, asociando determinadas actuaciones juveniles con lo que se considera como un estado derivado de una supuesta “crisis de identidad”.

Desde que Erickson planteó su propuesta surgieron muchas formas de nombrar a las manifestaciones juveniles, según el momento histórico y la posición de los adultos, que son quienes desde los saberes académicos o profesionales definen el valor de la significación construida por los jóvenes. Sandro Macassi Lavander, autor de “Culturas juveniles, medios y ciudadanía”, entre otros escritos, definió a las culturas juveniles asociadas a modos de pensar, sentir, percibir y actuar que atraviesan las actividades de un grupo y los distinguen de otros, considerando además, sus coordenadas temporales y espaciales. Esta definición posibilita hablar de un grupo social capaz de crearse a sí mismo, en relación con los otros, y que puede construir signos y símbolos y toda una visión del mundo, y en sus relaciones con el mercado de consumo.

Los autores Dubet y Martuccelli, señalan que durante la adolescencia se forma un “sí mismo no escolar”, una subjetividad y una vida colectiva independientes de la escuela, que afectan a la vida escolar misma. Esto significa, como nos recuerda el especialista en educación Emilio Tenti Fanfani, que “más allá de posibles particularidades genéricas, los adolescentes y jóvenes son portadores de una cultura/experiencia social hecha de conocimientos, valores, actitudes, predisposiciones que no coinciden necesariamente con la cultura escolar y en especial con el currículo o programa que la institución se propone desarrollar”¹.

En la página De Psicoterapias.com (un mundo en transformación), María Cristina Lamas opina que en la sociedad moderna, la subjetividad se constituía en instituciones cuya característica era la solidez. El concepto “solidez” hace referencia a medios estables, regulares con secuencias temporales. La familia y la escuela eran instituciones sólidas que funcionaban conectadas, que colaboraban en la formación de los hombres del mañana. Conferían subjetividad filial y pedagógica en forma equivalente. Pero la sociedad cambió y sus instituciones sufrieron una suerte de fractura, de destitución que no posibilitan la constitución de la subjetividad en los términos ante dichos. ¿Cómo se instituye la subjetividad en este tercer milenio?, se pregunta Lamas. Con escuelas destituidas y familias perplejas, hoy la subjetividad dominante no es institucional sino massmediática. Sus reglas básicas no son de normativa y saberes sino de imagen y opinión.

Para los psicoanalistas, la constitución de la subjetividad también se representa a través del “otro u otros”, que ocupan un lugar de referente a través de los modelos e identificaciones que estos le aportan. El sujeto se constituye en función de esa relación con el Otro, que incluye a los padres, los docentes, la cultura en general. Es el Otro el lugar desde donde el sujeto podrá mirarse y dar significado a lo que le ocurre a él y lo que observa en el mundo circundante. Uno de los problemas más graves descriptos por los psicólogos en relación a la actualidad es la dificultad que tienen los adultos para constituirse en referentes de los jóvenes, esto es, en Otros.

Los jóvenes traen consigo su lenguaje y su cultura desde los que dan sentido (o no) a los aprendizajes escolares. Y es preciso reconocer que la escuela perdió el monopolio de la inculcación de significaciones, como señala

Tenti Fanfani. En demasiadas ocasiones las instituciones escolares tienden a negar la existencia de otros lenguajes y saberes y otros modos de apropiación distintos de aquellos consagrados en los programas y en las disposiciones escolares. Debemos reconocer que las nuevas generaciones son portadoras de culturas diversas, fragmentadas, abiertas, flexibles, móviles, inestables.

Para la Lic. Nancy Fontana, autora del artículo “La construcción de identidad en la sociedad actual y las nuevas tecnologías”, es claro que la sociedad está cambiando en relación a los valores sostenidos en otras épocas, sobre todo en lo referente a la sexualidad y a los modos de conformación de los vínculos: familias que se constituyen y deshacen en poco tiempo, la sobrevaloración del individuo por sobre los vínculos y lazos, la tendencia a cambiar de gustos y de experiencias en corto plazo, y la mayor valoración de los gustos e intereses personales en la conformación de las relaciones sociales.

El sociólogo Román Gubern, por su parte, analiza a las comunidades virtuales planteando que estas también generan sociabilidad, relaciones y redes de relaciones humanas, pero son diferentes a las comunidades físicas, en tanto se organizan en base a intereses individuales, considerando el alto grado de valorización que la cultura actual tiene en el yo y en el individuo.

Apertura al cambio y a la innovación

Entendiendo que los estudiantes están cambiando, y asimismo sus formas de llegar al conocimiento, los docentes tenemos que preocuparnos por buscar las maneras de llegar a ellos.

¿Pasan mucho tiempo en Internet?, enseñemos a buscar información también por esta vía. ¿Huyen de los libros?, hay muchas páginas con obras digitalizadas que podemos pedir que lean. ¿Se comunican a través de las redes sociales?, propongamos crear un *blog* de la materia o de un tema en particular. ¿Son reacios a la publicidad tradicional?, pidamos que expandan un mensaje a través de las redes sociales como Facebook o Twitter y aprendan a utilizar el marketing viral.²

Aprender a aprender es un concepto muy mencionado en estos tiempos. Los educadores estamos también aprendiendo mientras enseñamos. Ya hace tiempo que no somos la fuente del saber, y eso lo entendemos muy bien. Especialmente cuando necesitamos ayuda de los chicos para hacer funcionar un cañón ó el programa que llevamos no es compatible. Sabemos que el proceso de enseñar requiere de aprender. Por eso nos capacitamos y por eso nos preocupamos en reflexionar acerca de estas cuestiones. Tenemos que ser docentes, como propone César Villarroel en su modelo alternativo de enseñanza universitaria, con ausencia de erudición, que investiguen, que conozcan de su materia y que sepan de pedagogía.

Y qué bueno es que tengamos la amplitud para poder aprender de nuestros alumnos. Porque ellos tienen mayor acceso a la información, más tiempo libre, y muchas veces son más inteligentes en algunos asuntos. Tenemos que reconocerlo y no asustarnos, ya que nuestra tarea, al igual que la de la familia, es indelegable y nadie más puede realizarla. Los jóvenes de hoy necesitan de los docentes para aprender a pensar de una manera crítica y reflexiva. Camilloni señala que pensar críticamente

implica enjuiciar las opciones y las respuestas, basándose en criterios y sometiendo a crítica. La reflexión requiere, además, tolerancia para comprender posiciones disímiles y creatividad para encontrarlas, implica el desarrollo de la capacidad para dialogar, cuestionarse y autocuestionarse. Esa es nuestra tarea.

Y si además podemos ver al conocimiento como si fuera un diseño (como plantea Perkins), a modo de una estructura adaptada a un propósito, con un sentido práctico y no sólo informativo, mucho mejor. Porque estamos en la búsqueda de un alumno pensante y reflexivo, que tiene que dudar del saber cotidiano y buscar nuevas respuestas. Un estudiante consciente de su potencialidad que debe asumir que es el principal responsable de su aprendizaje. Esto dará como resultado un profesional innovador.

Y la reflexión crítica es de igual forma para nosotros los docentes, cuyo proceso debemos generar al finalizar las prácticas, en propuestas de reconstrucción que permitan reentenderlas en nuevas dimensiones. Crear conexiones distintas, estrechar relaciones fuertes y auténticas. ¿Por qué no cambiar nosotros? ¿Por qué siempre tienen que cambiar los alumnos? Nuestra misión educativa es dialogar con esta generación, intentar participar, responder a sus necesidades, entrar en sus conexiones, dejarnos alfabetizar.

¿Por qué sí? Porque somos portadores de oportunidades. Somos el otro en el cual los chicos tienen que reflejarse. Somos quienes tenemos que afrontar este desafío, flexibilizarnos, no temer al cambio. Tenemos las herramientas, tenemos el conocimiento, tenemos la responsabilidad de guiar a los estudiantes por un camino diferente al nuestro. Acerquémonos a ellos, conozcamos sus intereses, seamos permeables a los cambios. Asumamos este reto.

Notas

¹ http://www.cecace.org/docs/Culturas_juveniles.pdf, pag. 4.

² El marketing viral es una táctica del Net-Marketing, dedicada a potenciar el uso de Internet sobre las redes sociales (se estima 8 contactos promedio por persona). En otras palabras propaga una idea a través de una red social.

Referencias bibliográficas

- Camilloni, Alicia. *Reflexiones para la construcción de una didáctica para la Educación Superior*. Universidad de Buenos Aires.
- Camilloni, Alicia (2008) *El Saber Didáctico* – Cap. 3: Los profesores y el Saber Didáctico. Bs. As: Paidós.
- Centro Euro- Latinoamericano (CEULA), Instituto de Empresa (IE) Telefónica – por María Frick - Niños y jóvenes en la Sociedad de la Información Acceso y uso de Internet en América Latina; Octubre, 2007 – Madrid.
- Hernández, Fernando; Sancho Juana María (1998) “Las decisiones en torno a la enseñanza: el campo del currículum” en *Para enseñar no basta con saber la asignatura*. Buenos Aires: Paidós.
- <http://estatico.buenosaires.gov/generacionba/observatorio/pdf/jovenesy nuevatecnologias.pdf>
- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires - Unidad de Coordinación de Políticas de Juventud Fontana Nancy, “La construcción de identidad en la sociedad actual y las

nuevas tecnologías”.

- http://www.cecace.org/docs/Culturas_juveniles.pdf
- “Culturas juveniles, prácticas de subjetivización y educación escolar”, por Fernando Hernández.
- http://www.ieco.clarin.com/management/Generacion-obligados-cambios_0_68100020.html - Los cambios obligados por la Generación Y, 18 de octubre de 2009.
- <http://www.depsicoterapias.com/articulo.asp?IdArticulo=365> - La constitución de la subjetividad en la sociedad digital, por María Cristina Lamas.
- Litwin Edith (1997) *Corrientes Didácticas Contemporáneas* (Cap. 4: El campo de la didáctica: la búsqueda de una nueva agenda). Buenos Aires: Paidós.
- Macassi Lavander, Sandro (2001) *Culturas juveniles, medios y ciudadanía*. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.
- Perkins, David (1995) “Las campanas de alarma” en *La escuela inteligente*. Barcelona: Gedisa.
- Perkins, David. *Conocimiento como diseño*. Barcelona: Gedisa.
- Shon, D. (1992) *La enseñanza del arte a través de la reflexión en la acción*. Buenos Aires: Paidós.
- Villaroel C. César (1995) “La enseñanza universitaria: de la transmisión del saber a la construcción del conocimiento” en *Educación Superior y Sociedad*. Caracas.

Abstract: The author reflects on the search of a thinking and reflective student, who has to doubt about daily knowledge in the searching for new answers. A student conscious of its potential must assume that he/she is the main person in charge of his learning. This will give like result an innovating professional. On the other hand, professors have to create different connections, to improve strong and authentic relations. Why professors cannot change? Why are students who always must change? The educative mission is to have a discussion with this generation, to try to participate and to respond to its needs.

Key words: Education - professor - student - education - learning - young.

Resumo: Reflexiona-se sobre a busca de um aluno pensante e reflexivo, que tem que duvidar do saber cotidiano e buscar novas respostas. Um estudante consciente de seu potencial que deve assumir que é o principal responsável de sua aprendizagem.

Isto resultará em um profissional inovador. E ao mesmo tempo sobre os docentes, criar conexões diferentes, estrechar relações fortes e autênticas. ¿Por que não mudar o docente? ¿Por que sempre têm que mudar os alunos?. A missão educativa é dialogar com esta geração, na tentativa de enfrentar e responder às suas necessidades.

Palavras chave: educação – docente – aluno – ensino – aprendizagem – jovens.

(*) **Ana Carolina Bongarrá.** Licenciada en Publicidad (UP 1998). Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación y Creatividad Publicitaria de la Facultad de Diseño y Comunicación.