

BUENA PRÁCTICA UNIVERSITARIA “ÉTICA DE LA AUTENTICIDAD”

Vigencia en la que se otorga el Reconocimiento:

2020

Nombre del Líder de la Práctica:

E-Monitores Zona Amazonía Orinoquía

Ciudad / Municipio:

Acacias, Meta

Sede / Unidad / Programa:

Acacias/VISAE.

Información General de la Práctica

Nombre de la Práctica

Ética de la Autenticidad

Énfasis temático de la Práctica

- Académico o de investigación
- Bienestar

Fecha de inicio de implementación

04/05/2020

Descripción General de la Práctica

Ética de la Autenticidad es una campaña que nace como estrategia de los E-Monitores de la Zona Amazonía Orinoquía (ZAO), bajo el acompañamiento de la Líder Zonal de Consejería académica y el apoyo incondicional de la líder nacional de E-Monitores y la directora de la ZAO, a partir de las necesidades de los estudiantes, pensando en el bienestar académico de cada uno de ellos, previendo los errores que pueden llegar a cometer por falta de conocimiento de la norma institucional y como una forma de promocionar los valores propuestos en el Proyecto Académico Pedagógico Solidario (PAPS) y fortalecer la identidad Unadista.

Esta práctica se manejó como una campaña que busca prevenir el plagio por parte del estamento estudiantil en la UNAD, promocionar el uso del correo institucional en cada uno de los estudiantes, así como también reducir al máximo la implementación de todas aquellas malas prácticas que terminan afectado a este estamento y a la Universidad. Mediante la construcción de material audiovisual y didáctico (Videos, Piezas publicitarias, Encuestas y Recorridos en Genially) Divulgados a través de los correos institucionales de los estudiantes y de las redes sociales de la ZAO. De la misma manera se ejecutaron talleres sobre el uso de Normas APA y como hacer frente a plagio dentro de la UNAD.

En la metodología de la educación virtual se ha logrado evidenciar campañas de personas mal intencionadas que ofrecen realizar los trabajos académicos de los estudiantes a cambio de dinero. En virtud de esto la intencionalidad de esta buena práctica también es lograr reducir al máximo que los estudiantes caigan en estas redes y que por el contrario se sientan motivados a estar conscientes de llevar su proceso académico de la mejor manera, potenciando su aprendizaje autónomo y significativo bajo nuestra modalidad, encaminado siempre a destacarse como un estudiante 100% Auténtico, interesado por aprender y formarse como un gran profesional (que aporta a la sociedad y a la construcción de un nuevo ser social, ético y responsable, acorde a las exigencias actuales y necesidades de nuestra Colombia). y no solo por obtener un título universitario.

Esta buena práctica está fundamentada en un objetivo general y dos específicos:

General:

Implementar acciones pedagógicas desde la estrategia de E- Monitoria que promuevan el Bienestar académico de los estudiantes de la UNAD, aportando al reconocimiento de los beneficios de estudiar en la universidad y a la retención y permanencia.

Específicos.

- Fomentar las buenas prácticas en los estudiantes de la UNAD con relación a la autenticidad en sus de trabajos académicos, los cuales deben estar

orientados acorde a las políticas antiplagios y los valores que sustentan la UNAD.

- Promover en los estudiantes el uso del correo institucional, y el adecuado uso de los espacios del campus, los cuales requieren de autenticación, comprendiendo mediante conversatorios y desarrollo de contenido interactivo que se divulgue, la importancia de cumplir con estos requerimientos, para fomentar la cultura que garantice el autocuidado, la legalidad y la autenticidad.

Población Objetivo

Estudiantes de los diferentes periodos académicos de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD- Zona Amazonía Orinoquía.

Elementos de Evaluación de la Práctica

Mejoras Implementadas para la Gestión

Las mejoras que permiten la campaña Ética de la Autenticidad son las siguientes:

- Ética y Autenticidad, dos valores fundamentales en la vida de cualquier ser humano y que nos llevan a realizar una autoevaluación que permite determinar qué tan sinceros estamos siendo con nosotros mismos y que tan bueno está siendo nuestro accionar. De esta manera nuestra campaña ofrece la posibilidad de que los estudiantes de la UNAD realicen un ejercicio de autoevaluación y reflexión de lo que consideran mejor para su formación académica, teniendo en cuenta la autonomía que requiere el modelo pedagógico de la UNAD donde el compromiso de aprender aprovechando la educación de calidad que ofrece nuestra universidad depende del estudiante.
- La comunicación entre Estudiante-UNAD se convierte en un factor fundamental para el éxito de nuestra modalidad, ya que nuestros pares estudiantiles deben sentirse diariamente parte de esta institución, mediante las diferentes actividades que se realicen desde la zona y que además generen un satisfacción de alguna de sus necesidades académicas, es por esto que nuestra campaña involucra a todo el estamento estudiantil y se lo hace saber involucrándolos en cada una de nuestras actividades, además de

la concientización que hacemos compartiendo los diferentes recursos creados desde la campaña motivando al NO plagio y al uso del correo institucional con el apoyo de la estrategia de la e-monitoria que sostiene comunicación directa con los estudiantes de la zona. Esto a su vez, favorece la inclusión de todo el estamento estudiantil en la Universidad.

- La campaña Ética de la Autenticidad también permite que los estudiantes comprendan como entregar sus actividades en relación con las exigencias de la Universidad, gracias a los talleres que se brindan a partir de esta estrategia.
- De la campaña Ética de la Autenticidad nació el “Recorrido de la Autenticidad” proyectado como un minicurso que le permite al estudiante, en un primer momento conocer la campaña y su finalidad, posteriormente conocer más a fondo la normatividad relacionada con los temas de la campaña de la UNAD y de la república de Colombia, además de encontrar recursos gráficos, vídeos y material que les permiten tener claro como alejarse de cometer plagio y acercarse a ser autentico.
- Nuestra buena práctica también permite incentivar a los estudiantes a realizar un proceso formativo a conciencia, con sentido, con autenticidad, mediante el fortalecimiento de los valores universitarios que lleven a nuestro pares estudiantiles a no implementar malas prácticas que les impiden aprender..

Impacto

La campaña Ética de la Autenticidad inició con una encuesta que buscó recoger información de las necesidades que pudieran presentar los estudiantes de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD-Zona Amazonía Orinoquía en relación con los temas abordados en la campaña y así mismo poner en marcha actividades que contribuyeran al mejoramiento de estas. La encuesta fue puesta en circulación el día 28 de marzo del 2020 y cerró el 04 de mayo del mismo año, con un total de 583 participaciones y 491 participantes.

El lanzamiento de la campaña se realizó el día 04 de mayo del 2020 donde se contó con una participación de 174, entre estudiantes y docentes de la Zona Amazonía Orinoquía, además de la participación de la Líder nacional de consejería Académica, la líder Nacional de E-Monitores, la Directora Zonal de la ZAO, el líder VIACI de la ZAO y la Líder zonal de consejería Académica.

Por otro lado, se realizaron dos talleres, el primero llamado “Normas APA” donde se contó con 110 participantes y un calificación de 4.3 y el segundo realizado con estudiantes del periodo intersemestral 8-03 llamado “como hacer frente al plagio” donde participaron 37 estudiantes y tuvo una satisfacción del 100%.

De igual manera se sigue impactando a toda la comunidad Unadista por los diferentes medios de comunicación y a través de las redes sociales de la ZAO, donde frecuentemente se publican piezas publicitarias y videos nacidos desde la campaña. Para el inicio de esta estrategia se creó un eslogan “Si autentico quieres ser, plagio NO debes hacer” el cual es utilizado y mencionado en cada uno de los recursos, talleres y videos creados. Así mismo se realizó un cortometraje que sirviera para dar a conocer la intención de esta sin palabras. Link del cortometraje: https://www.youtube.com/watch?v=a_uN7KpQk80

De la misma manera el Recorrido de la Autenticidad tiene un total de registros de 43 estudiantes, con corte el 16 de julio de 2020. Dentro de los aspectos a mejorar en el recorrido, tenemos que el ítem de registro no es obligatorio, es decir que permite continuar al estudiante sin realizar este registro que está ubicado al inicio del recorrido, por ende, se dificulta medir a ciencia cierta cuantas son las interacciones que ha alcanzado este recurso con los diferentes estamentos de la UNAD. Link del Recorrido de la Autenticidad: <https://view.genial.ly/5e835f1178f6e10e10b9a294/guide-etica-de-la-autenticidad>

Para la ejecución de esta estrategia se planeó que tuviera un porcentaje de participación por parte de los estudiantes de manera presencial en los días que asistieran a la universidad, con la intención de que pudieran realizar el recorrido de la Autenticidad de manera personalizada, para generar un mayor

impacto en los participantes y poder medir con precisión las participaciones en esta actividad, pero pese al aislamiento que se vivió en el país a causa del Covid-19 nos vimos en la necesidad de reestructurar esta estrategia, para llevarla a ser 100% virtual sin que perdiera la esencia ni la intención con la que se pensaba desarrollar de manera presencial.

Por otro lado, pese a que la campaña se realizó de manera zonal, alcanzo reconocimiento nacional, porque el equipo fue invitado a dos programas de radio de la RUV en la sección del VISAE 4.0 con el fin de que en el primer programa se lograra presentar la campaña y nuestra intención con ella y el segundo para presentar los resultados y los impactos logrados a nivel nacional con la réplica proyectada para el segundo semestre del año 2020..

Capacidad de Transferencia

Esta campaña tiene una alta posibilidad de transferencia a las demás Zonas que componen a la UNAD por las siguientes razones.

- Esta campaña cuenta con el respaldo de la Vicerrectoría de Servicios a Aspirantes, Estudiantes y Egresados de la UNAD, teniendo en cuenta que es desde allí donde nace esta estrategia, lo cual facilita la réplica a nivel nacional.
- Esta estrategia es liderada por los E-Monitores de la zona amazonia Orinoquia y ya intención que los E-Monitores de cada una de las zonas la lideren cuando se ejecute a nivel nacional, lo que aumenta la transferencia de la campaña ya que a corte del 16 de julio de 2020 la UNAD cuenta con 356 E-monitores distribuidos en las 8 Zonas que la componen.
- Los recursos con los que ya cuenta la campaña pueden ser fácilmente utilizados en las demás zonas de la Universidad, ya que se fue muy cuidadoso en la construcción de cada uno de ellos para que no mencionaran ni centros ni Zonas específicamente.
- La UNAD cuenta con profesionales capacitados para brindar cada uno de los talleres propuestos desde la campaña, ya sea de manera virtual o presencial..

Sustentabilidad

Ética de la Autenticidad parte de las necesidades de los estudiantes y se apoya del proyecto académico pedagógico solidario, con la ayuda de la VISAE, La dirección zonal de la ZAO, docentes, administrativos, e-monitores y Estudiantes.

Para la ejecución de la campaña solo se necesita el recurso humano con el que ya cuenta la Universidad y no se requieren apoyos económicos..

Aporte al logro de los Proyectos y Políticas Institucionales

Ética de la Autenticidad se convierte en una buena práctica que contribuye a los lineamientos de la política institucional de retención y permanencia estudiantil UNAD, aportando al cumplimiento de sus compromisos institucionales, donde se enmarca al E-Monitor como como un factor fundamental dentro de la Gestión pedagógica en un trabajo articulado con los diferentes actores y redes de la universidad que trabajan por fortalecer el proceso formativo de los estudiantes.

De la misma manera se aporta de manera clara y significativa al cumplimiento de dos objetivos de la política de RP al fortalecer Los espacios dispuestos para el desarrollo de las actividades de vida académicas y vida universitaria de los estudiantes, para que cuenten con el acompañamiento necesario dentro de su proceso formativo integral y potenciar El papel de acompañamiento y orientación que desarrollan los monitores y consejeros de los estudiantes que inician sus estudios en los programas de la oferta académica de la Universidad.

Por otro lado, esta Buena práctica permite evidenciar el rol del E-Monitor como uno de los importantes actores dinamizadores y operacionales de la UNAD ya que como se enmarca, En el Acuerdo No.002del 30 de enero del 2018 se establece que el plan de desarrollo institucional en el eje de inclusión y permanencia 3.0 establece el macroproyecto inclusión y permanencia, que está centrado en desarrollar el aprendizaje autónomo, significativo y colaborativo a partir de la apropiación de la misión institucional. Dentro de

este acuerdo encontramos en el capítulo séptimo “Estrategias” el E-monitor es el contacto con sus pares estudiantiles, lo cual permite identificar las oportunidades de mejora dentro del proceso formativo de este estamento y que la UNAD debe prestar mayor atención. Como cumplimiento a este importante rol es que nace la campaña Ética de la Autenticidad.

La Campaña ética de la Autenticidad aporta de manera significativa a resaltar el Proyecto académico pedagógico solidario fortaleciendo el decálogo de valores, donde encontramos la cualificación, el respeto, la creatividad, la libertad, los derechos y deberes, la excelencia académica. Todos ellos abordados desde la campaña con las diferentes actividades que desde esta se plantearon con el fin de incentivar que nuestros pares estudiantiles conozcan y sean conscientes de los grandes beneficios que lleva el ser ético, el ser autentico dentro de nuestro modelo de educación.

Anexos

 [Proyecto Ética de la Autenticidad](#)