

PROPUESTA DE DINAMIZACIÓN DE LA RED DE INNOVACIÓN EDUCATIVA



Período: 2 al 21 de febrero de 2015

**Bogotá,
29 de enero de 2015**

PROPUESTA DE DINAMIZACIÓN DE LA RED DE INNOVACIÓN EDUCATIVA

Período: 2 al 21 de febrero de 2015

1 Objetivos

1.1 Obejetivo General.

Dinamizar la Red de Innovación Educativa Nacional desde estrategias basadas en el enfoque de gestión de conocimiento de Nonaka y Takeuchi.

1.2 Objetivos Específicos.

- Promover espacios de práctica compartida que generen vínculos entre los LT de los diferentes CIER.
- Visibilizar reflexiones de los LT participantes en torno a las implicaciones que el proceso formativo CreaTIC ha tenido sobre su práctica, en los niveles curricular, metodológico y pedagógico.
- Diseminar conocimiento pedagógico generado por los MT del CIER Centro en torno a la sistematización de las UDD y los RED producidos en el centro.
Contrastar la experiencia de los docentes de los Centros Educativos Regionales y el proceso formativo CreaTIC, con experiencias referenciales internacionales.

2 Enfoque de la propuesta de dinamización.

El punto de partida de la dinamización de la red virtual lo origina la concepción misma de su naturaleza. La noción de red virtual “remite a sistemas de vínculos entre entidades sociales, parecen dar sentido a la imagen de un mundo construido por múltiples conexiones, con trayectorias poco estables o impredecibles, donde las unidades convencionales de tiempo y espacio se desdibujan (...) un mecanismo de

integración, como un contexto de aprendizaje o como un sistema. (...) se trata de estructuras orientadas al abordaje y (en un momento dado) la solución de problemas que cruzan barreras organizativas, sectoriales, institucionales, culturales o territoriales, y vinculan actores de diferentes entornos institucionales. (...)Para construir y alcanzar metas comunes, las redes dependen de la comunicación y el flujo de información, (Luna, 2004).”

En su dimensión social, la red se define como una organización social que coordina a los entes autónomos, quienes voluntariamente se unen para intercambiar información, bienes o servicios con el fin de lograr un resultado conjunto. Las redes sociales implican una estructura que organiza las formas de relación entre los nodos (personas) y la forma en que la información circula, se crea y se transforma entre ellos; es así que toda red implica una trama social:

- a) con arquitectura descentralizada, abierta y cambiante, donde no hay un solo lugar de centralización de la decisión;
- b) la comunicación es multipunto y no sigue un único sentido vertical;
- c) “no hay jerarquías ni formas fijas de relacionarse; con rapidez para reestructurarse, conectar y desconectar nodos (personas)” (Gibbons et. al, 1997)

Desde estas perspectivas el proceso que sigue la red atraviesa al menos cuatro fases-dimensiones, es decir etapas que se pueden secuenciar en el tiempo, pero que a su vez se articulan entre sí en cada momento:

- a) La promoción de la identificación de actores-nodo: que busca que los actores naturales de la red, es decir quienes naturalmente comparten los propósitos y necesidades que generan la red, se reconozcan y vinculen. Estas actividades buscan básicamente generar un sentido de adhesión a la red y a sus nodos.
- b) La dinamización del contenido que circula en la red: estas acciones buscan que la información, los saberes o los conocimientos que posee cada nodo de la red, circulen hacia otros nodos, generando procesos de apropiación, traducción y socialización. Este proceso transforma el contenido de cada nodo en contenido

autónomo dentro de la red a través del procesos de uso, discusión o referenciación.

- c) La promoción de relaciones endógenas a la red: estas acciones buscan identificar y fortalecer interacciones significativas de diferentes nodos dentro de la red. Estas sub-redes, se convierten a su vez en actores autónomos dentro de la red, pues generan movimientos particulares de contenido.
- d) La promoción de relaciones contextuales de la red: estas acciones alimentan la red a través de vínculos con otras redes o agentes sociales que comparten sus contextos de acción o intereses de conformación.

3 Dinamización de redes sociales y gestión del conocimiento.

Las redes sociales de carácter académico tienen en su naturaleza intrínseca la gestión del conocimiento, pues los vínculos en los que se basa la red social están mediados por la forma como se apropia significativamente diferentes tipos de información. Esto se da de manera más propia en las redes sociales académicas, cuya objetivo es la diseminación, apropiación social, generación o circulación del conocimiento de un área en específico.

Desde esta perspectiva se implica dentro de la dinamización de las redes sociales académicas, como la RedRIE, la vinculación de un enfoque de gestión de conocimiento. El que en el caso de esta propuesta de dinamización hemos seleccionado el Modelo de apropiación social del conocimiento generado por Nonaka y Takeuchi: Modelo SECI (Sánchez Vespas, 2004), que reconoce desde la mirada organizacional, cuatro ámbitos a través de los cuáles circula el conocimiento generando la apropiación social del conocimiento. El primero de esos ámbitos es el de la práctica compartida que permite el intercambio de saberes e información (Socialización) que representa el conocimiento tácito compartido en la acción. El segundo de los ámbitos es el de la reflexión sobre las propias acciones que permite el reconocimiento mediado por el diálogo y la comunicación (Exteriorización) , lo que implica la explicitación del conocimiento en formas reconocidas socialmente. El tercer momento es el de la circulación del

conocimiento explícito que a través de la formalización y la divulgación permite que muchas personas tengan acceso a la experiencias, este proceso implica formas más académicas o técnicas de interacción entre formas de conocimiento (Combinación) que fortalecen el conocimiento que se genera socialmente. Finalmente el cuarto momento (Interiorización) da cuenta de la forma como los conocimientos explícitos dan forma a prácticas renovadas, a través de procesos educativos o formativos.

4 Estrategia para dinamizar la actividad en la red RIE.

4.1 Actividades para promover prácticas compartidas.

Trabajo sincrónico entre los docentes participantes de la fase presencial del curso, que implica que los Master Teacher posibiliten el uso de las herramientas de Chat y Foro de recursos dentro de horarios simultáneos para todos los CIER.

- Chat sobre implicaciones del usos de TIC en el primer día de trabajo presencial CreaTIC.
- Recursos compartidos en el último día de trabajo presencial, dentro de la socialización de Unidades y Recursos didácticos.

4.2 Actividades para promover reflexión sobre la práctica

Esta actividad se concentra en captar y dinamizar los LT en fases virtuales y exalumnos del curso. Se basa en promover la problematización de aspectos específicos del uso educativo de TIC.

- Foro sobre las implicaciones del uso de Tecnologías en el currículo, la metodología y la reflexión pedagógica.

4.3 Actividades para promover la circulación de conocimiento formalizado

Esta actividad divulga un conjunto de hallazgos del proceso de sistematización de las Unidades Didácticas y los Recursos educativos producidos por las cohortes 1 a la 10 en el año 2014.

- Blogs para la divulgación del aspectos de la sistematización de Unidades Didácticas en el CIER centro.

4.4 Actividades para promover la apropiación de otros conocimientos.

Estas actividades están dirigidas a contrastar la experiencia de los MT y los LT dentro del proceso CreaTIC con la de portales y centros de innovación de referencia internacional.

- Revisión de un portal de recursos educativos digitales y un centro de innovación educativa con el uso de TIC.
- Video conferencia con una invitada del Media Lab de MIT: Phd Claudia Urrea.

5 Estrategia para promover la participación de los Master Teacher y Leader Teacher.

- Promoción del trabajo de la red y la inscripción de la misma desde la fase virtual I y II, o el primer día de trabajo en la fase presencial. El propósito es asegurar que todos los LT en formación actualmente hayan entrado a interactuado al menos una vez en la RedRIE.
- Correos directos con cronograma de actividades semanales. Estos correos serán enviados desde el CIER centro a los encargados de la red en cada CIER, con la expectativa de hacerlos circular entre los LT de
- Promoción en redes sociales de los CIER, las MT y los LT participantes. En este sentido es necesario tener un directorio único de redes sociales de los CIER.

- Conexión directa entre MT de las diferentes aulas a través de correo electrónico y Whats App, en este sentido se hace necesario consolidar un directorio nacional de MT.