

1. Introducción

El objeto central del presente artículo es la forma y método de enseñanza de la producción de conocimiento, de la investigación en el área de las ciencias económicas y empresariales, como parte de las ciencias sociales y humanísticas. Consistente sobre todo en el análisis de las estrategias didácticas en la enseñanza de la investigación en la Universidad en referencia a las asignaturas de Seminario en las carreras de Economía, Administración de Empresas e Ingeniería Comercial de las cuales soy docente y Gestión Pública en la que tuve la oportunidad de trabajar con la asignatura de Trabajo de Grado.

El artículo no pretende, de ningún modo, poner en tela de juicio las prácticas particulares de colegas docentes que regentan similares asignaturas y los resultados logrados, sino más bien analizar la situación y proponer una idea distinta sobre una nueva perspectiva de la didáctica de investigación y exponer una experiencia piloto sobre el trabajo realizado con un equipo de estudiantes de las asignaturas de Seminario I y Seminario II de la Carrera de Ingeniería Comercial.

En ese sentido, se espera motivar la crítica constructiva y retroalimentación de colegas

docentes, sobre todo de la disciplina de investigación, con el fin de enriquecer las experiencias sobre la didáctica de la investigación.

2. Una vista rápida a la enseñanza de la investigación

Un primer paso es reconocer que la enseñanza de la investigación es un proceso complejo y diverso, ya que en ella concurren un conjunto de operaciones, también diversas, relacionadas a: 1) lo que se enseña, y 2) cómo se enseña.

Segundo es necesario reconocer que no



UNA PERSPECTIVA DIFERENTE EN LA DIDÁCTICA DE LA INVESTIGACIÓN: UNA EXPERIENCIA PILOTO EN LA ASIGNATURA DE SEMINARIO

Lic. Antonio Bustillos Bailey

existe una forma única y universal de enseñar a investigar y generar conocimiento, debido a que la generación del conocimiento está definitivamente ligada a las formas de concebir y definir la producción de conocimiento. Esto significa que no se enseña a un estudiante de Filosofía del mismo modo que se enseñaría a un estudiante de Economía o Ingeniería Comercial o un estudiante de Antropología. Incluso, al interior de los programas de cada carrera existen diferencias importantes entre materias y disciplinas; marketing, comportamiento del consumidor, atención al cliente, publicidad, microeconomía, políticas macroeconómicas, etc., y por tanto las formas de problematizar en cada una de ellas serán diferentes.

Tercero, reconocer también que no existe el erudito que lo sabe todo y lo puede todo, por tanto, la investigación científica debe realizarse en equipos de personas que se involucren en un proyecto.

Cuarto, aprender de algunas lecciones y experiencias de otros profesores de investigación. Ricardo Sánchez (2014) anota que “no es posible enseñar a investigar con tiza y pizarrón” refiriendo que más bien este tipo de enseñanza conceptual se orienta a definir, describir, analizar e incluso criticar la producción científica y no a la producción de conocimiento. Por su parte Hugo Estrada (2000) reconoce que la investigación es un hecho dificultoso en la vida estudiantil universitaria ya que la mayoría de las experiencias como estudiantes han tenido muy poco o nada que ver con la investigación, pero que en el desarrollo profesional se constituye en una herramienta fundamental.

La experiencia de “aprender” la investigación desde un texto, una conferencia, una exposición, ha llevado probablemente a repetir esta tendencia en las propias asignaturas como docentes. Esta situación lejos de ser desalentadora debe servir para impulsar un cambio en el modelo, de modo que los estudiantes se motiven e interesen por la investigación, antes que huir de ella.

3. Una idea que proponer

La propuesta se sostiene en que se darán mejores resultados en la enseñanza de la investigación a partir de prácticas concretas y de procesos efectivos reales en la generación de conocimiento, qué a partir de la transmisión de conocimientos teóricos, abstractos.

Así, la propuesta se basa en el saber hacer, que implica participar ambos, docente y alumno, de las operaciones que involucra la generación de conocimiento científico. Compartir uno al lado de otro con mayor experiencia, la realización de las tareas y actividades necesarias en un proyecto de investigación, en un marco institucional en el que se promueva la creatividad, antes que las prisas administrativas.

La propuesta consiste en cuatro proposiciones fundamentales:

- a. La didáctica de la investigación se concretiza en la enseñanza práctica de los procesos, operaciones y acciones reales de la investigación.
- b. Capacitación y entrenamiento en todas y cada una de las operaciones y tareas de la investigación en casos reales.
- c. Planificación estratégica de

los procesos, operaciones y acciones de manera participativa con el alumno.

d. Fortalecimiento del hábito de lectura y de la cultura de observación, indagación.

En resumen, la propuesta se base en la enseñanza práctica de “aprender haciendo”, pero con el acompañamiento de un investigador involucrado en la producción científica.

4. Una experiencia piloto

En el año 2015, con un equipo de cuatro alumnos (Jimena Condori Pozo, Mariana Araujo Zeballos, Luis Encinas Colque y Silver Valdez Velasquez) de la asignatura de Seminario I de la Carrera de Ingeniería Comercial, se puso en práctica la propuesta descrita en párrafos anteriores. En adelante la descripción de la experiencia es muy resumida, con el compromiso de publicar próximamente los detalles de la experiencia y sus resultados con una descripción mayor del proceso metodológico seguido.

Se decidió emprender un estudio en la modalidad de proyecto de grado, un estudio de factibilidad de inversión privada. Si bien un proyecto de factibilidad no es propiamente una investigación, sí involucra varias tareas de tipo investigativo que garantizan la validez de la información y de las decisiones adoptadas en dicho proyecto, a saber: análisis de la problemática, necesidades y oportunidades, análisis del contexto en que se desenvolverá el proyecto en la realidad, investigación de mercados, dimensiones del proyecto y localización de la planta.

En el año 2015 se trabajó en la problematización del estudio hasta formular un perfil avanzado de estudio.

En este proceso participaron todos; docente y estudiantes en una serie de discusiones y análisis de la realidad sobre el objeto de estudio. En estas operaciones se recurrió a las técnicas de la observación directa, entrevista y revisión bibliográfica, fijándose fechas y plazos para compartir, discutir y analizar las lecturas, entrevistas y observaciones realizadas. De este modo se logró establecer la problemática y las oportunidades que ofrece el medio al proyecto.

Posteriormente, se siguió con el mismo método participativo de trabajo, para completar el resto de las tareas desde los objetivos del proyecto, hasta la metodología a emplearse, que fue presentada en forma de una matriz de doble entrada en la que se establece con claridad los objetivos, variables, datos, fuentes y técnicas para la obtención de la información.

En el 2016, en la asignatura de Seminario II el mismo equipo de trabajo, encaró el estudio de contexto a través de la discusión y análisis de diversa literatura económica y social, se realizaron también algunas entrevistas a expertos, se diseñó, planificó y ejecutó la encuesta para el estudio de mercado y plan de marketing, encuesta en la que participaron de manera planificada 21 estudiantes de la asignatura de Seminario I 2016 de la misma Carrera.

A la fecha, el estudio cuenta con un avance del 80% en su formulación, (dimensionamiento, localización, ingeniería y organización) es un resultado muy alentador por la calidad

del estudio, el grado de involucramiento de los estudiantes en el proyecto, y el nivel de aprendizaje práctico que han logrado.

El método básico ha sido **“hacerlo juntos”**, los alumnos aprendiendo de manera práctica las operaciones, procedimientos y mecanismos para obtener información, procesarla y analizarla debidamente, a la vez que, con sus dudas, aportes y discusiones, enriquecían la experiencia docente.

Aún queda concluir el estudio, pero más importante evaluar la experiencia, retroalimentarla, enriquecerla, y darle continuidad en los siguientes años, para ello se comenzó una nueva experiencia con el tercer curso de Ingeniería Comercial en Seminario I, con quienes se inició el proceso de problematización de una nueva idea de investigación, esta vez con todos los alumnos del curso, de modo que puedan participar de manera práctica en el proceso de identificación de una idea de investigación, la estructuración de la idea y la problematización para emprender un diseño metodológico que el año 2017 se pondrá en práctica en todas sus operaciones, acciones y mecanismos de generación de conocimiento.

Referencia

Sánchez, R. (2014) Enseñar a investigar, una didáctica nueva de la investigación.

Estrada H. (2000) Aprender y enseñar a investigar.