

Experiencias de evaluación de los aprendizajes en la Universidad Pontificia Bolivariana

Beatriz Elena López Vélez
Juan Carlos Echeverri Álvarez
Guillermo Echeverri Jiménez
Mateo Muñetones Rico
Mónica Uribe Ríos
Compiladores



370

López Vélez, Beatriz Elena, autor
Experiencias de evaluación de los aprendizajes en la Universidad Pontificia Bolivariana/ Beatriz Elena López Vélez y otros sesenta y nueve -- 1 edición -- Medellín: UPB. 2022 -- 462 páginas.

1. Formación docente 2. Educación Preescolar: transición (Colombia)
3. Educación

CO-MdUPB / spa / RDA / SCDD 21 /

© Varios autores

© Editorial Universidad Pontificia Bolivariana
Vigilada Mineducación

Experiencias de evaluación de los aprendizajes en la Universidad Pontificia Bolivariana

Primera edición, 2022

Dirección de Docencia

Laboratorio de Aprendizaje, Tecnologías e Innovación – UPB Lati

Grupo de Investigación Pedagogía y Didácticas de los Saberes

Gran Canciller UPB y Obispo de Medellín: Mons. Ricardo Tobón Restrepo

Rector General: Pbro. Magíster Julio Jairo Ceballos Sepúlveda

Vicerrector Académico: Álvaro Gómez Fernández

Coordinadora (e) Editorial: Maricela Gómez Vargas

Coordinación de Producción: Ana Milena Gómez Correa

Diagramación: Geovany Snehider Serna Velásquez

Corrección de Estilo: Santiago Gallego

Imagen portada: Shutterstock - 734948962

Dirección Editorial:

Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 2022

Correo electrónico: editorial@upb.edu.co

www.upb.edu.co

Telefax: (57)(4) 354 4565

A.A. 56006 - Medellín - Colombia

Radicado: 2239-28-10-22

Prohibida la reproducción total o parcial, en cualquier medio o para cualquier propósito, sin la autorización escrita de la Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

6.18 Estrategias para el fortalecimiento del desempeño en la evaluación por competencias Saber Pro de los estudiantes de la Facultad de Publicidad a partir del uso de herramientas de la economía conductual

Programa en el que se desarrolla la práctica:
Facultad de Publicidad

Paula Andrea Vélez Castillo

paula.velez@upb.edu.co

Publicista

Magíster en Comunicación Digital de la UPB

Docente y coordinadora de prácticas del programa de Publicidad

Martín Moreno Restrepo

martin.moreno@upb.edu.co

Director de la Facultad de Publicidad

Economista

Especialista en Planeación y Gestión de Negocios

Magíster en Comportamiento del Consumidor

Descripción de la práctica

Contexto en el que surgió la práctica: En 2019, en las discusiones del comité de currículo de la Facultad de Publicidad, surgió la preocupación por el desempeño de los estudiantes en las pruebas Saber Pro. Específicamente, se encontró que no existía correlación entre el desempeño de los estudiantes al presentarse a convocatorias de premios y concursos relacionados con su profesión –en los que de manera recurrente ocupaban los primeros lugares a nivel nacional e internacional–, y los resultados de las pruebas Saber Pro –en los que, por el contrario, el promedio general se ubicaba en el nivel 2 de la prueba, según el cual los estudiantes solo eran capaces de “superar las preguntas de menos complejidad” (Universidad Pontificia Bolivariana, Dirección de Planeación, Unidad de Analítica y Estudios de Contexto, 2020)–.

Para tener un contexto del tema, se presenta a continuación la definición que aparece en el sitio web del Icfes:

El examen Saber PRO es un instrumento de evaluación estandarizada para la medición externa de la calidad de la educación superior y la presentación de este examen aplica como requisito de grado. El examen hace parte del Sistema Nacional de Evaluación.

El examen evalúa las competencias de los estudiantes que están próximos a culminar los distintos programas de pregrado, en este se incluye la evaluación de pruebas genéricas para así poder medir el desempeño profesional independientemente del programa cursado.

También se incluyen la evaluación de competencias específicas que son definidas conjuntamente por el Ministerio de Educación Nacional, la comunidad académica y el sector productivo, teniendo en cuenta los elementos disciplinares fundamentales de la formación superior que son comunes a grupos de programas en una o más áreas del conocimiento (ICFES, 2022).

Los estudiantes del programa de Publicidad deben presentar este examen en el momento en que estén culminando su ciclo profesional, entre noveno y décimo semestre, y este es uno de los prerrequisitos para obtener su título como publicistas. Teniendo en cuenta esto, los docentes Paula Andrea Vélez Castillo y Martín Moreno Restrepo comenzaron a diseñar una estrategia basada en las herramientas de la economía conductual que permitiera mejorar el desempeño promedio de los estudiantes de la Facultad en la prueba en cuestión.

En la estrategia diseñada participaron:

- Estudiantes egresados del programa: fueron invitados a compartir con los nuevos aspirantes sus experiencias y recomendaciones para afrontar de manera exitosa la prueba.
- Programa Reto al Saber de la Universidad Pontificia Bolivariana: bajo la dirección de Ana María Arroyave (líder de fortalecimiento académico), se alineó la oferta de cursos ofrecidos por la Universidad para la preparación de la prueba y los incentivos institucionales con los objetivos planteados por la Facultad.
- Decanatura de la Escuela de Ciencias Sociales: mediante su apoyo se logró la autorización para el desarrollo de la estrategia y la mediación con el área financiera para el ofrecimiento de nuevos incentivos a los aspirantes a la prueba.
- Vicerrectoría Financiera: se encargó de la evaluación y autorización de la nueva propuesta de incentivos financieros específicos para los estudiantes de la Facultad de Publicidad.

Como resultado de la implementación de las estrategias diseñadas, la Facultad de Publicidad logró posicionarse en los años 2020 y 2021 como la facultad de “publicidad y afines” con mayor puntaje promedio Saber Pro del país (Unidad de Analítica y Estudios de Contexto Dirección General de Planeación Multicampus, Universidad Pontificia Bolivariana, 2020, 2021).

Historia de la práctica: La Facultad de Publicidad venía evidenciando un decrecimiento en el puntaje promedio de los resultados Saber Pro de sus estudiantes. Así, en 2016 el promedio estaba en 160, en 2017 bajó a 157, en 2018 tuvo una ligera recuperación a 159, pero en 2019 bajó nuevamente a 154. Comparada con las demás facultades de la Escuela de Ciencias Sociales, en 2019 el puntaje de la Facultad de Publicidad estaba por debajo del de Comunicación Social y Psicología, y al mismo nivel del de Trabajo Social (Universidad Pontificia Bolivariana, 2019).

Figura 1. Promedio del puntaje global

Promedio del puntaje global por nivel de agregación				
<i>*Los iconos comparan respecto al año anterior</i>				
	Promedio global			
	2016	2017	2018	2019
Colombia	150	147	148	147
UPB Medellín	160	157	159	157
Comunicación Social - Periodismo	168	▼ 162	▲ 168	▼ 166
Psicología	163	▲ 165	▲ 168	▼ 165
Publicidad	160	▼ 157	▲ 159	▼ 154
Trabajo Social - Medellín	152	▬ 152	▼ 146	▲ 154
Trabajo Social - Sibundoy			128	▼ 127

Fuente: Universidad Pontificia Bolivariana (2019).

El cuestionamiento se dio a partir del análisis que se realizó con dos situaciones contrastadas que estaban viéndose en el desempeño académico de los estudiantes: como aspecto negativo, estaba el bajo nivel de los estudiantes en las pruebas, tal como se muestra en los porcentajes antes mencionados. En contraste, el aspecto positivo que se evidenció era que los estudiantes tenían excelentes resultados en los concursos externos relacionados con su profesión, por ejemplo, Facultad del año Top Fice (2019 y 2020), Effie Colleague 2019 y 2020, D&AD New Blood (Reino Unido

2019), Young Lions Oro categoría estudiantes (Bogotá 2018) y Ojo de Iberoamérica Gold Jóvenes Talentos (Buenos aires 2019).

El problema que se evidenció fue en la motivación por parte de los estudiantes con la presentación y el resultado obtenido en las pruebas. Aunque en los concursos relacionados con su profesión se destacaban y demostraban alto desempeño y espíritu de sana competencia, con relación a la prueba Saber Pro los estudiantes la identificaban como un requisito institucional que no les despertaba interés, pues no la consideraban un reto interesante y no venían los beneficios de obtener un buen resultado.

El conocimiento experto de herramientas de economía conductual detectó que estas podían ser utilizadas para afrontar este problema específico. El programa Reto al Saber y la Vicerrectoría Financiera de la Universidad Pontificia Bolivariana apoyaron desde lo procedimental y logístico.

De este modo, una vez que se entendió que el problema podría ser abordado desde la óptica de la economía conductual y el *nudging* (arquitectura de decisiones), se procedió a mapear los elementos que estaban influyendo en el comportamiento de los estudiantes al preparar y presentar la prueba. Posteriormente, se diseñaron las estrategias de intervención usando como marco de referencia el modelo llamado *Mindspace* (Paul Dolan, 2010), que permitió identificar los factores más relevantes donde se podrían realizar las intervenciones. Con las estrategias definidas, se procedió a conseguir los avales tanto desde la decanatura de la Escuela como del comité de currículo y financieros, y, una vez que estos se obtuvieron, se procedió a la implementación y al seguimiento de las estrategias, lo que impactó tanto a los estudiantes convocados a presentar la prueba como a todos los docentes de la facultad, y los alineó con las metas establecidas.

Objetivos de la práctica

La práctica partió del supuesto de que los estudiantes de la Facultad contaban con un desarrollo alto de las competencias evaluadas en la prueba por competencias Saber Pro, pero que existían factores motivacionales,

sociales, mentales y del contexto, entre otros, que estaban causando que no se viera reflejado su verdadero nivel de desarrollo de estas competencias en la prueba estatal. Este alto nivel de desarrollo de sus competencias profesionales se podía evidenciar en su desempeño en otras evaluaciones externas a las que se sometían, tales como premios y concursos de orden nacional e internacional en los que figuraban regularmente en los primeros lugares. La práctica pretendía identificar los factores que impactaban en el desempeño en esta prueba específica e intervenir sobre ellos para que el puntaje de los estudiantes reflejara adecuadamente su nivel de desarrollo de las competencias evaluadas.

Estudiantes beneficiados con la práctica

En julio de 2021, Paula Andrea Vélez Castillo entrevistó a ocho estudiantes que presentaron las pruebas en 2020, luego de haber implementado la estrategia. Se eligieron estudiantes que hubieran tenido resultados altos, medios y bajos, para conocer todo tipo de experiencias. A continuación, se presentan algunos de sus testimonios, listando los estudiantes del mayor al menor puntaje obtenido:

Estudiante 1. Puntaje obtenido: 199 (el mejor de la Facultad).

- No hizo los talleres de preparación de la Universidad, pero tenía conocimiento de los incentivos y el puntaje mínimo establecido por la Facultad.
- Considera que tuvo muy buena preparación con los conocimientos adquiridos durante la carrera.
- Le sirvió mucho leer muy bien cada pregunta y tener un buen manejo de tiempo.
- Conocía previamente la metodología de las pruebas por su experiencia en el colegio y esto fue de gran ayuda.
- Preparó el espacio para presentar la prueba virtual, se conectó con tiempo y sin interrupciones.

- Para él fue clave que no dejó preguntas sin responder, no se bloqueó, no se quedó pegado en preguntas y avanzó sin perder tiempo.

Estudiante 2. Puntaje obtenido: 185.

- Hizo el simulacro y los talleres de preparación de la Universidad y tenía conocimiento de los incentivos y el puntaje mínimo establecido por la Facultad.
- En los talleres, detectó temas que no recordaba y los repasó de manera autónoma.
- Se preparó para la prueba virtual, durmió bien y estuvo muy concentrado.
- Para él fue clave que se preparó muy bien para escribir el ensayo y leyó a conciencia todas las preguntas.

Estudiante 3. Puntaje: 178.

- Hizo el simulacro y los talleres de preparación de la Universidad y tenía conocimiento de los incentivos y el puntaje mínimo establecido por la Facultad; este último factor fue el más importante para ella.
- Considera que el simulacro y los talleres la prepararon bien para la prueba.
- Le pareció difícil redactar el ensayo con la presión del tiempo.
- Presentar la prueba virtual le gustó, no se distrajo ni tuvo complicaciones.
- Para ella fue clave conocer la metodología de la prueba, concentrarse y leer muy bien.

Estudiante 4. Puntaje obtenido: 170.

- No hizo los talleres de preparación de la Universidad, pero sí presentó el simulacro y tenía conocimiento de los incentivos y el puntaje mínimo establecido por la Facultad; este último fue el factor más importante para ella.
- Pensó que los talleres no eran necesarios y siente que le habría ido mucho mejor si los hubiera hecho.
- Considera que la carrera la preparó muy bien para la comprensión lectora y la escritura, pero las matemáticas le parecieron muy difíciles.

- La presentación virtual de la prueba la puso muy nerviosa por las alertas y los posibles problemas de conexión.
- Para ella fue clave estar mentalizada para presentar la prueba a conciencia sabiendo el puntaje mínimo que debía obtener y leyendo muy bien todo.

Estudiante 5. Puntaje obtenido: 169.

- No hizo los talleres de preparación de la Universidad, aunque tenía conocimiento de los incentivos y el puntaje mínimo establecido por la Facultad; este último fue el factor más importante para él.
- Sintió que la preparación a lo largo de la carrera le sirvió para presentar la prueba.
- La prueba le pareció muy retadora y le exigió estar muy concentrado.
- Matemáticas fue lo más difícil, lectura crítica y escritura fueron más manejables, aunque eran capciosas y le generaban dudas.
- Para él fue clave entender la metodología de la prueba, estar muy tranquilo y no dudar al responder.

Estudiante 6. Puntaje obtenido: 169.

- No hizo los talleres de preparación de la Universidad, pero presentó el simulacro y conocía los incentivos y el puntaje mínimo establecido por la Facultad; este último factor fue el más importante para ella.
- Con la presentación del simulacro de la Universidad identificó los temas que debía repasar y lo hizo de manera autónoma.
- Considera que sus conocimientos de cultura general le ayudaron mucho.
- La prueba le pareció muy larga y estaba nerviosa por las condiciones para presentarla de manera virtual.
- Siente que le fue bien el lectura crítica y escritura, pero matemáticas le pareció muy difícil.
- Para ella fue clave leer a conciencia sin afán, estar concentrada y manejar sus nervios.

Estudiante 7. Puntaje obtenido: 150.

- Hizo solo dos de los talleres de preparación de la Universidad, aunque tenía conocimiento de los incentivos y el puntaje mínimo establecido por la Facultad.
- Considera que los talleres fueron mucho más fáciles que la prueba real, se sintió bien preparado para la lectura, pero no para razonamiento matemático.
- Sintió que los textos eran muy largos y las preguntas engañosas.
- Preparó bien el espacio para la prueba virtual y durmió bien, pero se le hizo muy larga la jornada.
- Para él fue clave leer detenidamente y no distraerse.

Estudiante 8. Puntaje obtenido: 126.

- No hizo los talleres de preparación de la Universidad y no tenía conocimiento de los incentivos ni del puntaje mínimo establecido por la Facultad. Aduce que fue por estar haciendo la práctica y no revisar el correo de la Universidad. Asumió su responsabilidad por estar desinformada.
- Hizo el simulacro de la Universidad, pero pensó que en las pruebas iban a hacerle solo preguntas de la carrera.
- La prueba le pareció muy difícil y considera que le faltó preparación. Dice haber respondido desde la intuición.

Marco teórico

Las estrategias implementadas en la práctica descrita en la presente sistematización están inspiradas en los conceptos de la economía conductual, que es un campo de estudio que busca entender cómo los seres humanos toman decisiones y se comportan a través de un análisis de los factores psicológicos, conductuales, emocionales y sociales que intervienen en las decisiones y los comportamientos. Contrario a los planteamientos de la economía clásica, la economía conductual defiende que las personas actúan y deciden muchas veces de manera irracional (Bridgale, 2017).

El *nudging* o arquitectura de decisiones es un concepto introducido por Richard Thaler, premio Nobel de Economía en 2018 (Thaler, 2008) y consiste en la puesta en práctica de los conceptos de la economía conductual introduciendo cambios deliberados en el contexto en el que los sujetos toman decisiones “con el objetivo de obtener (*engineering*) un resultado particular... estos cambios en el ambiente o en el contexto pueden influenciar en el comportamiento sin alterar de manera significativa los incentivos financieros o restringir la libertad de elección” (Kim Ly, 2013). Aunque hoy en día existen múltiples metodologías de *nudging*, la presente práctica utilizó la metodología propuesta por la escuela de negocios de Rotman (Kim Ly, 2013) y el modelo *Mindspace* del Institute for Government del Reino Unido (Paul Dolan, 2010), al considerarlos como los referentes que mejor se acomodaban a la problemática en cuestión.

La práctica aquí presentada tiene relación directa con el modelo pedagógico integrado en los siguientes frentes:

- Evidencia el papel del docente como “mediador-tutor que entiende que su labor no es una experiencia en solitario, sino producto del contacto permanente con la realidad, el trabajo interdisciplinar, las experiencias en diversos contextos, la incorporación de tecnologías a sus labores cotidianas y la discusión rigurosa con los pares académicos” (Universidad Pontificia Bolivariana, 2015). Esta práctica demuestra que los docentes fueron capaces de poner al servicio de la evaluación de los estudiantes metodologías y teorías exitosas tomadas de otros contextos.
- Reconoce a los estudiantes como “persona(s) responsable(s) de determinar su propio estilo de aprendizaje, sus decisiones en relación con intereses académicos y profesionales y de asumir la posibilidad de la equivocación o el error” (Universidad Pontificia Bolivariana, 2015). La práctica, con sus múltiples intervenciones comunicacionales, buscó siempre recordarle al estudiante su rol activo como responsable de su propio destino.
- Identificó “posibilidades de introducción de cambios necesarios para cualificar el desempeño”, tal y como propone que se haga en el ejercicio

de autovaloración, el MPI en su concepción de evaluación (Universidad Pontificia Bolivariana, 2015).

Desarrollo de la práctica

Mapeo del comportamiento: Se comenzó por mapear bien los posibles factores que podían estar incidiendo en el comportamiento de los estudiantes al momento de presentar la prueba Saber Pro. Para ello se usó como referencia el modelo de la escuela de negocios de Rotman (Kim Ly, 2013) que consulta por las propiedades del comportamiento en estudio, las fuentes de información, las características de la mentalidad individual y los factores ambientales asociados al comportamiento estudiado. Los resultados de las entrevistas realizadas por Martín Moreno Restrepo a los estudiantes permitieron conocer sus opiniones sobre la prueba; en ellas se evidenciaron problemas de motivación, desinterés, apatía y poca importancia asignada al reto, entre otros. Fueron muy dicentes las manifestaciones de los estudiantes respecto a que el puntaje de la prueba no tenía ninguna utilidad práctica, a diferencia de las Saber Pro Icfes aplicadas a colegios, que les servían para ingresar a las mejores universidades. Igualmente, se logró identificar que no había ningún costo –ni financiero, ni social, ni psicológico– para aquellos estudiantes que obtenían puntajes muy bajos en la prueba o que incluso solo la firmaban y no la respondían.

Así mismo, se realizó un análisis de los resultados de los años 2016 a 2019 para identificar decrecimiento o incremento de los indicadores y comparar con los desempeños de las facultades de la Escuela y los otros programas de publicidad del país.

Diseño de estrategias: A partir del modelo *Mindspace* (Paul Dolan, 2010) de intervenciones para cambios en el comportamiento, que parte de los conceptos claves de la economía conductual de mensajero, incentivos, normas, *defaults* (opciones por defecto), *salience* (prevalencia), *priming* (efecto impronta), *affect* (emociones), compromiso y ego, se diseñó una estrategia basada en aquellos factores del modelo que se identificaron como más relevantes para atacar la problemática en cuestión:

- Mensajero (“estamos fuertemente influenciados por quien nos comunica la información”, *Mindspace* [Paul Dolan, 2010]): se estableció al director de la facultad como el interlocutor directo con los estudiantes de todo lo relacionado con la preparación y rendición de cuentas de su resultado de la prueba. Igualmente, se invitó a estudiantes de promociones anteriores beneficiados con becas por mejor puntaje Saber Pro para que, desde su posición de par, les comunicara a los estudiantes que estaban por presentar la prueba los beneficios de obtener un buen puntaje en la misma.
- Incentivos (“nuestra respuesta a incentivos está modelada por atajos mentales predecibles”, *Mindspace* [Paul Dolan, 2010]): se definió un puntaje objetivo mínimo de 162, que se calculó tomando el mejor puntaje promedio del histórico de cada prueba específica (comunicación escrita, 156; razonamiento cuantitativo, 152; lectura crítica, 165; competencias ciudadanas, 156; inglés, 180) y se diseñaron nuevos incentivos ligados no a la posición relativa del puntaje individual frente al grupo, sino en relación con el cumplimiento individual del objetivo establecido por la Facultad: a) los estudiantes con puntaje promedio igual o mayor a 162 tendrán nota de 5 en los exámenes finales (30 %) de hasta dos materias de su elección (deben ser propias de la Facultad y no aplica para Práctica ni Trabajo de Grado II); b) incentivos económicos ligados al valor de derechos de grado, entre el 5 % y el 15 % dependiendo del puntaje. De igual forma, se definieron unas consecuencias (incentivos negativos o costos en tiempo y psicológicos) para quienes no cumplieran con el puntaje: los estudiantes con un puntaje promedio en la Prueba Saber Pro inferior a 162 deberían presentar de nuevo el simulacro (3 horas) hasta alcanzar el mínimo requerido para aprobar el test (puntaje definido por dirección de docencia) como requisito previo para graduarse.
- Normas (“tendemos a imitar lo que los demás hacen a nuestro alrededor”): se tramitó, por comité de currículo, la condición de que quien no alcance el puntaje objetivo debe cumplir con una nueva regla de la Facultad y se difundió ampliamente esta información entre los candidatos a presentar la prueba. De este modo, se creó una nueva

norma social entre los estudiantes que indicaba cuál era el comportamiento esperado por el grupo.

- *Defaults* (opciones por defecto) (“tendemos a quedarnos con las opciones predeterminadas”): se modificó la opción por defecto que era que la Facultad no les solicitaba a los estudiantes que rindieran cuenta por su puntaje en la prueba, con una nueva opción predeterminada que establecía el puntaje de la prueba como un elemento de evaluación importante para la Facultad. Igualmente, se estableció el puntaje de 162 como el puntaje esperable para un estudiante de Publicidad.
- *Salience* (prevalencia) (“nuestra atención se enfoca en cosas nuevas y que nos parecen relevantes”): de manera recurrente, se les hizo énfasis a los estudiantes, en las comunicaciones –incluso cambiando el tamaño de la letra y poniendo el texto en negrilla–, en que el puntaje objetivo era de 162 puntos. Este elemento se resaltaba siempre con el objetivo de que, fuera cual fuera la demás información que se les estuviera comunicando, quedara siempre muy clara la cifra establecida como meta y que se esperaba que alcanzaran.
- Ego (“actuamos buscando sentirnos bien con nosotros mismos”): en las reuniones con los aspirantes a la prueba, se les recalcó que hacían parte de una Facultad reconocida como la mejor del país, se les recordaron los múltiples premios que habían obtenido a nivel nacional e internacional y se les enfatizó en que la puntuación de la prueba Saber Pro no estaba siendo coherente con lo que los estudiantes de la Facultad demostraban ser capaces de hacer en otros contextos. También se les informó que el objetivo de 162 había sido establecido eligiendo el puntaje de cada prueba específica igual al que generaciones anteriores habían obtenido, recalcándoles, además, que no se les estaba pidiendo un desempeño extraordinario, sino al menos tan bueno como el mejor de puntajes anteriores de la misma Facultad. Por último, se les presentó el comparativo de la posición relativa de la Facultad de Publicidad de UPB frente a otras facultades del país y frente a otras facultades de la misma Universidad, como la de Diseño Gráfico, con la que a menudo se comparan los mismos estudiantes, de modo que se activara el deseo de demostrar que se podría ser igual o mejor que los referentes presentados.

- **Gestión de autorizaciones:** Martín Moreno Restrepo, en cabeza de la dirección de la Facultad, lideró la solicitud para autorizar los incentivos a la Vicerrectoría Financiera, con la aprobación y el apoyo de los decanos de la Escuela Ramón Maya (2020) y Ómar Muñoz (2021). Una vez logradas las autorizaciones y con la oferta de incentivos asegurada, se presentó a los estudiantes.
- **Socialización con estudiantes:** el 28 de septiembre de 2020, vía Teams, se hizo la presentación de este procedimiento, por parte de Martín Moreno Restrepo, como cabeza de la Facultad, al grupo de estudiantes que se preparaban para presentar las pruebas Saber Pro en el mes de noviembre. En esta presentación se realizó una sensibilización buscando que los estudiantes se acercaran a la realidad de la situación e identificaran el impacto que tenía en ellos y en la Facultad el descenso en el puntaje promedio. Así mismo, se les presentaron las herramientas de apoyo de la Universidad para su preparación con el programa Reto al Saber y los incentivos de la Universidad. Como factor innovador del proceso, se plantearon el puntaje mínimo, los incentivos desde la Facultad y las consecuencias por no cumplirlo (mencionados anteriormente). Finalmente, se contó con la participación de dos estudiantes que dieron recomendaciones y consejos para tener un buen desempeño en las pruebas y hablaron de sus experiencias positivas con los beneficios obtenidos por sus altos puntajes. A los estudiantes que no asistieron a la presentación se les envió la grabación de la misma y los puntos importantes a tener en cuenta.
- **Socialización con docentes:** en el encuentro de docentes internos y cátedra de la Facultad (InHouse), realizado en julio de 2020, Martín Moreno Restrepo, en cabeza de la Facultad, les presentó a los docentes la situación y los sensibilizó para apoyar, desde sus cursos, el fortalecimiento de las competencias que se evidenciaban con más dificultades (como la escritura y comprensión lectora). Se realizó un taller con los docentes para que identificaran los tipos de preguntas realizados en las pruebas y se les invitó a que realizaran ejercicios similares en sus cursos para que los estudiantes se familiarizan con el modelo.

- **Implementación:** en octubre de 2020 comenzó la preparación de los estudiantes con el apoyo del programa Reto al Saber, por medio de la plataforma Teams, con los talleres de lectura crítica y razonamiento cuantitativo, los cuales fueron programados en los horarios de mayor conveniencia de los estudiantes.
- **Seguimiento:** durante el periodo de realización de los talleres, se hizo seguimiento a la asistencia de los estudiantes y se les estuvo motivando para que participaran. Además, se les estuvo enviando, por correo, material de refuerzo para apoyarlos en su preparación (como videos, lecturas y los consejos recogidos de las experiencias de los compañeros que ya habían realizado las pruebas).

Justificación

Es relevante dar a conocer esta práctica por lo exitoso de sus resultados, cuya evidencia más contundente es que la Facultad ocupa el primer lugar por segundo año consecutivo, como se dijo antes. Así mismo, es relevante por su fácil replicabilidad en otras facultades, dado que es una estrategia que puede adaptarse a las características y necesidades de cada programa, brindando resultados positivos con rapidez. Este sería un aporte para la comunidad universitaria, que beneficiaría de manera individual a los programas que lo aplicaran y que impactaría de manera general a toda la Universidad, ya que sería un factor que permitiría alcanzar la meta estratégica de posicionar a la Universidad entre las cinco primeras del G10, dado que actualmente está en la décima posición en lo referente a Saber Pro.

La práctica aportaría al desarrollo del modelo pedagógico, dado que fortalecería la autonomía y el pensamiento crítico del estudiante y el rol del docente como mediador del proceso de aprendizaje. Esto se da en la medida en que el estudiante llega al final de un proceso de formación en el que ha desarrollado una cantidad significativa de competencias y ha adquirido un bagaje amplio de conocimientos y debe procesarlos de manera crítica para responder acertadamente a las preguntas que se le plantean

en la prueba. El docente, por su parte, debe utilizar una metodología de enseñanza que propicie la adquisición de capacidades, competencias y conocimientos específicos, al tiempo que familiarice al estudiante con las preguntas y respuestas de la prueba.

Evaluación de la práctica

Con las experiencias y los testimonios de los estudiantes durante el proceso, se evidencia que es necesario fortalecer la comprensión sobre el diseño metodológico de la prueba, pues es claro que el objetivo no es que el estudiante aprenda unos contenidos, sino que asimile la información de manera crítica y sea capaz de identificarla desde diferentes enunciados.

Igualmente, es importante que la preparación de los estudiantes comience desde el primer semestre y que los aprendizajes sean transversales a todo el plan de estudios, para que se familiaricen de manera temprana con la tipología de evaluación que plantea Saber Pro y sea más fácil asimilar estas metodologías. Es por ello que todos los docentes deberían conocer la prueba e incorporar este tipo de preguntas en sus cursos: así se volvería más natural y orgánico el proceso, y no sería algo ajeno y desconocido.

También es fundamental la preparación psicológica de los estudiantes para escenarios de alto estrés como la presentación de la prueba, pues en sus entrevistas se evidenció que los nervios jugaron en papel decisivo en su desempeño. A su vez, los estudiantes deben concientizarse más en su preparación física, ya que ellos mismos evidenciaron que dormir y alimentarse bien habían sido factores positivos para su buen desempeño.

En caso de que la prueba se siga presentando de manera virtual, se hace necesario preparar a los estudiantes en la adecuación apropiada del sitio para su presentación: deben tener buena conexión a internet, iluminación adecuada, eliminar los distractores, evitar interrupciones, y tener en cuenta la hidratación y las condiciones tecnológicas adecuadas.

Análisis prospectivo

Actualmente, las acciones que se están ejecutando para mejorar la práctica están encaminadas a la evaluación constante del proceso de aprendizaje a lo largo de la carrera para que los cursos de todo el plan de estudios fortalezcan las falencias (competencias) que van mostrando los resultados de las pruebas. Los programas que quieran implementar la práctica deben tener en cuenta los motivadores de sus estudiantes, pues así identificarán cuáles son los aspectos que deben resaltar en el proceso de aprendizaje, la comunicación, los incentivos, etc. Igualmente, deben mapear a cada población de las distintas facultades para identificar las diferencias que existan y así poder aplicar las metodologías de enseñanza y las estrategias de comunicación respectivas. Finalmente, se pueden utilizar los simulacros como herramienta para identificar las falencias de las pruebas y fortalecerlas a corto plazo con los cursos preparatorios y, a largo plazo, desde todo su plan de estudios.

Referencias

- Bridgable (15 de junio de 2017). “Designing for Behaviour Change Toolkit”. Disponible en <https://www.bridgable.com/>.
- ICFES (8 de junio de 2022). “Examen Saber PRO” Disponible en <https://www2.icfes.gov.co/acerca-del-examen-saber-pro>.
- Kim Ly, N. M. (2013). “A Practitioner’s Guide To Nudging”. Disponible en <https://www.rotman.utoronto.ca/>
- Paul Dolan, D. D. (2010). “MINDSPACE Influencing behavior through public policy”. Disponible en www.instituteforgovernment.org.uk.
- Richard Thaler, C. S. (2008). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. Yale: Yale University Press.
- Universidad Pontificia Bolivariana (2015). “Modelo Pedagógico Integrado”. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- _____. (2019). “Reporte Saber Pro”. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Universidad Pontificia Bolivariana, Dirección de Planeación, Unidad de Analítica y Estudios de Contexto (2020). “Reporte de resultados Saber Pro 2020 - Pruebas genéricas”.