

ISSN 1390-7719



REVISTA  
PU  
CE 97

3 DE MAYO - 3 DE NOVIEMBRE DE 2013  
QUITO, ECUADOR

PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DEL ECUADOR  
ESCUELA MULTILINGÜE  
DE NEGOCIOS Y  
RELACIONES  
INTERNACIONALES (LEAD)



CENTRO DE  
PUBLICACIONES  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DEL ECUADOR**

**Centro de Publicaciones  
Escuela Multilingüe de Negocios y Relaciones Internacionales (LEAI)  
Revista PUCE  
Quito-Ecuador**

**Rector**

Dr. Manuel Corrales Pascual, S.J. (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

**Vicerrector**

Ing. Pablo Iturralde Ponce (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

**Director General Académico**

Dr. Carlos Acurio Velasco (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

**Director del Centro de Publicaciones**

Magíster Jesús Aguinaga Zumárraga (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

**Director de la Escuela Multilingüe de Negocios y Relaciones Internacionales (LEAI)**

Master Donald Stewart.

**Miembros del Comité Ejecutivo del Centro de  
Publicaciones (Comité Editorial):**

**Presidente (Editor en Jefe)**

Magíster Jesús Aguinaga Zumárraga (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

**Vocales (Comité Editorial):**

Dr. Hugo Reinoso Luna (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

Dr. Luis María Gavilanes Del Castillo (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

**Secretario (Coordinador del Comité Editorial)**

Lcdo. Walter Jiménez Sarabia (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

**Miembros del Comité Editorial de la Escuela Multilingüe de Negocios y Relaciones Inter-  
nacionales (LEAI):**

Master Donald Stewart

Master Alfredo Altamirano Ulloa

Master Jorge Mora Varela

**Secretaria:**

Sra. Carmen Sarmiento

**Autores:**

Alfredo Altamirano U., Mayra Beltrán M.  
Milica Dragosavljevich G.  
Pablo Garcés V.  
Gilda Guerrero S.  
Gregory Lasso D.  
Paola Lozada L.  
Jorge Mora V.  
Antonio Torres D.

**Corrector de estilo y ortografía**

Alfonso Sánchez (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

**Colección n.º 97**

3 de noviembre de 2013

Publicación Semestral

ISSN n.º 1390-7719

Registro de Derecho Autoral n.º 010645

Ingresada en Catálogo Latindex Folio 21880

([www.latindex.unam.mx/buscador/ficRev.html?opcion=1&folio=21880](http://www.latindex.unam.mx/buscador/ficRev.html?opcion=1&folio=21880))

*La Revista de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador es una publicación semestral (mayo y noviembre) de su Centro de Publicaciones, que difunde trabajos académicos y científicos, estrictamente originales en español, en la áreas de Leyes, Pedagogía, Ingeniería, Economía, Biología, Química, Historia, Geografía, Antropología, Sociología, Filosofía, Teología, Comunicación, Lingüística, Literatura, Medicina, Administración, Arquitectura, Gestión Social, Psicología y Diseño, y es arbitrada por especialistas de indiscutible valor, cuyos nombres se mantienen en absoluta confidencialidad, recibe trabajos todo el año; el propósito de la Revista PUCE es difundir conocimientos, intercambiar experiencias e incentivar la producción del pensamiento especializado. El contenido de esta revista está dirigido a docentes, investigadores, estudiantes universitarios y público en general.*

*Los artículos son de responsabilidad exclusiva de sus autores*

*Los derechos de autor son exclusivos de la PUCE*

*Se prohíbe la reimpresión parcial o total con cualquier finalidad*

Editorial: (Punto de Venta)  
Centro de Publicaciones PUCE  
Av. 12 de Octubre y Robles  
Apartado n.º 17-01-2184  
Telf.: 593-02-2991700  
2991 700 (TRONCAL). Extensiones: 1013, 1014, 1711, 1122.  
Telf.: 593-02-2991711 (directo)  
(se aceptan canjes)  
cecarrionc@puce.edu.ec  
Quito, Ecuador.

**Impresión:**



Diseño e impresión  
QualityPrint Cia. Ltda.  
Av. 12 de Octubre y Robles  
Telf.: 2991 795 / 2991 796

Diseño y diagramación:  
Claudia Hernández Mora  
QualityPrint Cia. Ltda.

# EDUCACIÓN UNIVERSITARIA PARA LA MODERNIDAD LÍQUIDA

A COLLEGE EDUCATION FOR A  
MODERN LIQUIDITY SOCIETY

JORGE MORA V.

*Recibido 30 julio de 2013*  
*Aceptado 13 de agosto de 2013*



# EDUCACIÓN UNIVERSITARIA PARA LA MODERNIDAD LÍQUIDA

*Jorge Mora V.<sup>1</sup>*

**PALABRAS CLAVES:** Modernidad líquida, cultura global, educación - unesco, modelo pedagógico ignaciano

**KEY WORDS:** Modern liquity, global culture, education - unesco, saint ignatius' model

## RESUMEN

Los Egresados de la Licenciatura Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales de la PUCE del Ecuador, están siendo aceptados en el mundo del trabajo de manera satisfactoria porque al parecer, por su perfil de entrada y de salida, pueden adaptarse mejor al mundo dentro de lo que el Sociólogo Zygmunt Bauman denomina como la "modernidad líquida", que es la capacidad de acomodarse de manera rápida a las estructuras diversas en contextos globales, cambiantes y transitorios. Al parecer en el mundo se está construyendo de manera rápida una cultura universal, como efecto del avance tecnológico, en el campo de las comunicaciones. Y como efectos, se

tiene la precarización de las relaciones sociales, afectivas, laborales, políticas y económicas. Se vive en un mundo interdependiente, que ha modificado la manera de ser, de hacer y de pensar de las personas de todo el planeta. Cabe reflexionar en el papel de la educación y sobre todo de la educación universitaria en la PUCE; por lo tanto se toman algunos indicadores sociales, se los contrasta con lo propuesto por la UNESCO para la educación y se reflexiona con el Modelo Pedagógico Ignaciano, para pensar sobre su validez y pertinencia.

## ABSTRACT

Professionals in the area of International Business and Relations at the Pontifical Catholic University of

---

<sup>1</sup> Docente Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito (jgmora@puce.edu.ec).

Ecuador (PUCE) are well accepted due to their work profiles which are flexible and adaptable to a world that, according to a prominent sociologist, Zygmunt Bauman, is called "modern liquidity". This type of professional accommodates him/herself to diverse structures in global, ever changing and transitory contexts at a high-speed level. It seems as though the world is facing a universal culture because of innovating technology in

new communicational areas. As a result, there is a rapid decline in labor, political, economic and social relationships. We live in an interdependent reality that has modified our behavior and reasoning ability in the whole world. It is here where education plays a crucial role, especially at PUCE, where the Saint Ignatius Model is contrasted and analyzed with UNESCO's proposal for education, in order to reflect upon its validity and pertinence.

## I. INTRODUCCIÓN

La Licenciatura Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, tiene características que se integran de una serie de variables de carácter global, que inicia con el ingreso de estudiantes con el dominio mínimo de tres lenguas, con una malla curricular que abarca de forma holística áreas para contextos culturales y multilingües diversos.

A lo largo de vida de la carrera, ha rondado por el pensamiento de los actores (autoridades, docentes, alumnos, padres de familia) la duda de la pertinencia de la propuesta, por la naturaleza de la carrera, por su origen (francés), por su identidad, por el mismo nombre, que dada su ambigüedad, no marcaba un rumbo determinado o lo suficientemente esclarecedor o por no tener un referente de comparación en

la oferta educativa y laboral existente, de manera especial al momento de la creación y sobre todo en la década de los noventa del siglo XX.

Sin embargo, luego de haber superado los 20 años de vida, los egresados de la carrera, se ubican en el mundo del trabajo, en escenarios diversos, atípicos, porque rompen con los paradigmas del mundo habitual del trabajo.

Entonces si es una propuesta pedagógica "novedosa", y tiene niveles de aceptación satisfactorios es el momento de preguntarse ¿Qué está pasando en el orbe?, quizá son los actores del hecho educativo quienes deben generar procesos de reflexión para analizar algunos de los indicadores de la "realidad" del mundo y que marcan la cultura global en las primeras décadas del siglo XXI.



El Sociólogo Zygmunt Bauman<sup>2</sup> en el libro *Liquid Modernity* (trad. it.: *Modernità Liquida*, Roma-Bari 2002) de la Editorial Laterza, plantea el desarrollo de un tipo de "modernidad líquida", que es la capacidad de acomodarse de manera rápida a las estructuras diversas que se desarrolla en contextos globales, cambiantes, afectados por la transitoriedad que genera la desregulación y liberalización de los mercados y que toca a la manera de ser, de pensar, de reaccionar de los seres humanos.

Algunos indicadores del fenómeno "modernidad líquida" son la precarización de los vínculos humanos, el individualismo, la transitoriedad que la da el desarrollo tecnológico, que convierte la realidad en un proceso cambiante, incierto e imprevisible y que por ejemplo afecta los ámbitos del ser humano como la cultura laboral flexible donde no existe la posibilidad de la previsión del futuro.

Resulta paradójico preguntarse si en el Ecuador con un sistema de gobierno "socialista", la población está exenta de los efectos del desarrollo "capitalista", escenario natural para el desarrollo de la cultura líquida, evidenciada en la amplia disponibilidad de elementos tecnológicos como "La Web", los teléfonos celulares, la participación en

las "redes sociales" como el Facebook, Twitter y tantos otros.

Aún más cabe preguntarse ¿Si los estudiantes de la Licenciatura Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales, están expuestos a los efectos de la mundialización o globalización, de la modernidad líquida y de sus consecuencias?

Si la "Liquidez" social provoca un mundo con características particulares de incertezas, las personas tienen que convivir en escenarios de diversidad cultural, jurídica, política, económica, teológica, incluso afectiva, donde se tiene que convivir y no hacerlo por ejemplo con las tradiciones, los conceptos de familia integrada, el hogar como un espacio físico, las carreras universitarias definidas, el mundo del trabajo limitado por una oficina, el mundo de los negocios, en un entorno determinado, las relaciones afectivas alimentadas por el contacto físico.

Entonces las instituciones no son anclas, las personas deben mutar y desarrollar habilidades de adaptación, de respeto y de aceptación de la diversidad, como lo expresa Bauman, ser parte de la modernidad líquida, que se expresa como la necesidad de adaptarse a contextos diversos, ser parte de realidades diversas,

---

<sup>2</sup> Zygmunt Bauman (Poznań, 19 noviembre 1925) sociólogo y filósofo polaco de origen hebraico-polaco.



que cambian de forma acelerada y permanente, lo cual convierte en escenarios inciertos e imprevisibles y esta habilidad que se vuelve una condición básica de supervivencia.

## II. SERES DESVINCULADOS

Si los colectivos humanos, agrupados en contextos, apegados a una manera más o menos definida a través de la denominación de cultura lo que generaba seguridad, sentido de pertenencia, certeza de largo plazo en el ámbito laboral e incluso el afectivo, se ve afectada en sus raíces por la exigencia que impone la velocidad de los cambios, e impulsa a las personas a cambiar las tácticas, a abandonar los compromisos de largo plazo, al no poder establecer relaciones duraderas, y sobre todo, desde el punto de vista "financiero" al utilitarismo de las personas y que la fortaleza de los lazos afectivos depende de los beneficios que estos generen.

El alargamiento de la vida humana, que incide en el contexto familiar, social y/o laboral, en escenarios de permanentes crisis económicas, sumados a la velocidad del desarrollo tecnológico, hace que sea difícil integrarse al mundo del trabajo de manera permanente, cierta y segura, y que afecta a toda la población

económicamente activa, la probabilidad de volverse analfabeto funcional es alta. Las entidades que han desarrollado mecanismos de protección de sus usuarios a través de modelos de la evaluación sistemática del desempeño son cada vez más frecuentes y son social, cultural e institucionalmente aceptados, mediatizados por la estrategia televisiva "Reality Show", donde el usuario tiene el poder de "nominar" al empleado que no cumple con sus expectativas, entonces un trabajador puede volverse "desecho humano", estar fuera y ser un activo improductivo, ser catalogado como "innecesario", perjudicial para la institución y que debe ser desvinculado por el poder de los "clientes".

Se deben evitar crear relaciones de una dependencia afectiva o laboral, que se manifiesta por ejemplo en la modalidad de los contratos de trabajo, o en los reglamentos donde "de manera legal es posible dejar "fuera de juego" a quien no se ajuste a las exigencias que imponen los compradores.



### III. EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y EL MERCADO

Las relaciones sociales se verán marcadas por "la identidad común", que aunque parezca contradictorio, en un mundo diverso, cual es esta forma de ser universal, y esta respuesta es la que impone el mercado.

Bauman pone como ejemplo: el agua, reconoce que las personas la llevan con ellos, embotellada, en tamaños que puedan caber y acoplarse en la palma de la mano, con la marca a la vista de todos, si se la compra en el supermercado y por supuesto se la paga, pero que da a las personas un sentido de identificación, y este fenómeno no es nuevo, la invención de los automóviles y la producción en serie de estos, transformó el siglo XX, pues resulta imposible entender a este período sin estos elementos. Otra oferta del mercado contundente es la presencia del computador personal y el manejo del

"software", que ha uniformado la manera de comunicarse y ha fortalecido el idioma inglés, como lengua vehicular y con ello el internet, los formatos de música digital. Parecería ser que quien no tiene una cuenta de correo electrónico, no "chatea" no se comunica por "E-mails" o no está en Facebook, está fuera de juego y por ende aislado del mundo.

"Se podría decir que mirar a una persona entre los 15 y los 50 años sin empuñar un celular es casi imposible".

Entonces el desarrollo tecnológico y el mercadeo de estos productos generan la estructura mental del ser humano, que orienta su manera de pensar y dice a las personas lo que deben desear, como deben vestir, lo que deben comprar, o lo que pueden vender.

### IV. ESCENARIO MUNDIALIZADO, GLOBALIZADO Y DESCENTRALIZADO

Durante más o menos cinco siglos, hasta el siglo XIX, el ser europeo, generaba seguridad y sentido de superioridad en esas personas; el siglo XX, tuvo una manifiesta supremacía de los Estados Unidos; sin embargo en el siglo XXI, el desarrollo de la China, de la India, de los países emergentes, de la población musulmana y de tantos

otros actores, como el de la presencia de la mujer en el quehacer económico y financiero, generan incertezas respecto a la composición del mundo en años 2020 o 2050.

Los expertos prevén modificaciones significativas en la correlación de fuerza y poder mundiales, con el seguro



cambio de actores, de intereses y de manera de pensar, solo basta mencionar si por ejemplo para finales del siglo XXI, Europa tendrá mayoría musulmana (Bauman, 2008), o con el descomunal crecimiento de la China, que podrá con-

vertirla a mediados de siglo XXI en la primera potencia mundial y el mundo deba elegir un modelo de pensamiento o una manera de comunicarse que tenga una marcada tendencia a hacerlo con quien tenga el poder dominante.

## V. EL ESCENARIO LABORAL Y LAS RELACIONES AFECTIVAS

Una de las características de la sociedad del siglo XXI, indica que la mujer participa de la vida laboral fuera de casa, y esto plantea algunas diferencias en cuanto al modelo de familia, donde la mujer realizaba las labores de hogar y permanecía en casa.

De una muestra de cincuenta personas, 25 del género femenino y 25 de género masculino de entre 18 y 22 años, estudiantes de Pontificia Universidad Católica del Ecuador, en el mes de septiembre de 2010, se aplicó el siguiente banco de preguntas:

## VI. ENCUESTA DEL ESCENARIO LABORAL Y COMPORTAMIENTOS AFECTIVO, SOCIAL Y COMUNICACIONAL DE LOS ESTUDIANTES Y SUS FAMILIAS

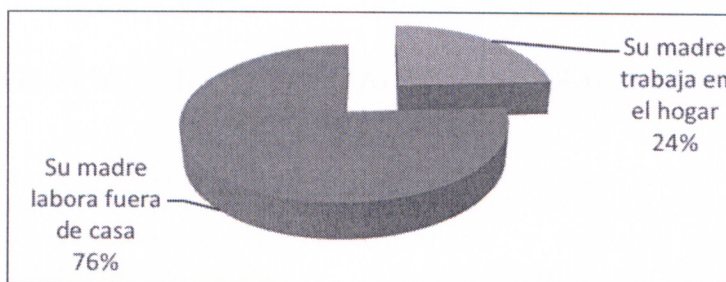


Gráfico 1. Escenario laboral de la madre del consultado

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jorge Mora Varela

Del grupo consultado, el 76% de madres de familia labora fuera de casa

y el 24% permanece en los hogares, realizando tareas diversas.

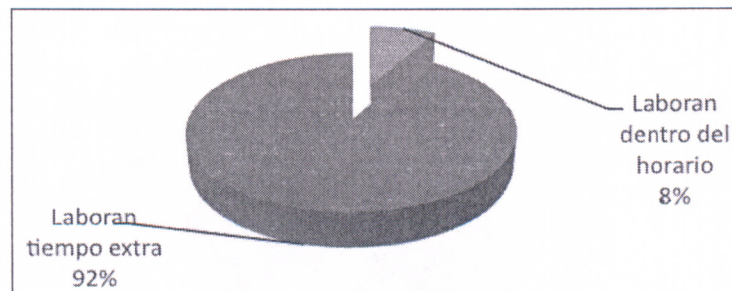


Gráfico 2. Si sus padres laboran fuera del hogar

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jorge Mora Varela

El 92% de personas que trabajan fuera del hogar realizan jornadas de trabajo mayores al tiempo estipulado y el 8% de personas trabajan en el horario regular.

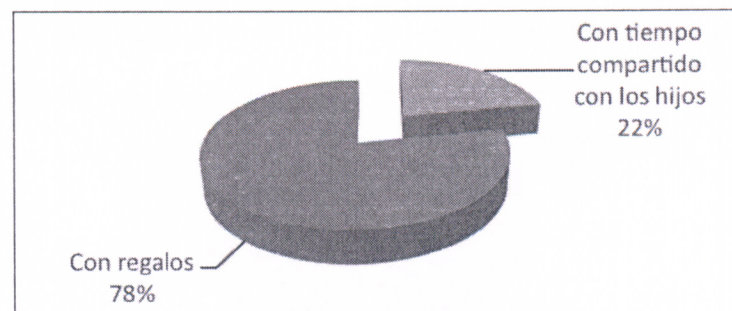


Gráfico 3. Los padres que laboran fuera de casa manifiestan el afecto

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jorge Mora Varela

El 78% de los padres que laboran fuera de casa manifiestan el afecto con regalos y el 22% prefieren compartir tiempo dedicado a sus hijos.

El trabajar todo el tiempo, con horas extras, elimina el tiempo para la vida de casa, en contraposición se crea la posibilidad de llevar a casa regalos caros, comprar "gadgets", con lo cual "se compra la ausencia", como un nuevo estilo de vida con la mayor comodidad posible con regalos es el negocio justo.

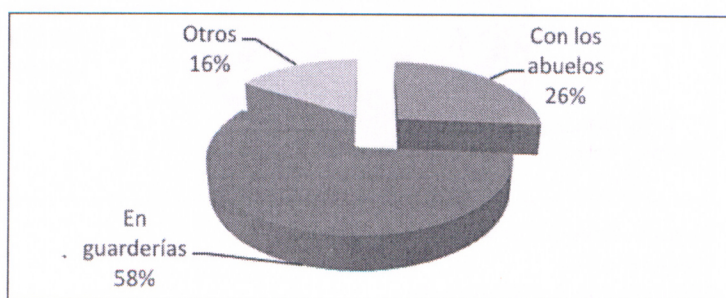


Gráfico 4. Si los padres laboran fuera de casa,

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jorge Mora Varela

El 58% de los padres que laboran fuera de casa tienen sus hijos en guarderías, el 26% de ellos prefieren tenerlos con los abuelos y/o familiares y el 16% en otros ambientes.

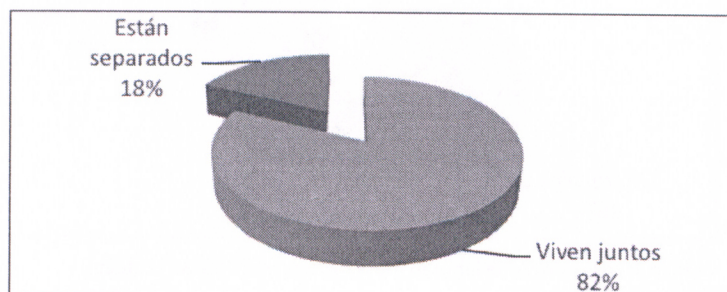
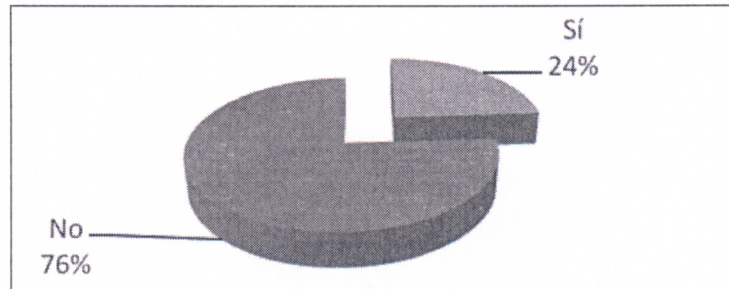


Gráfico 5. Situación de sus padres

Fuente: Encuesta

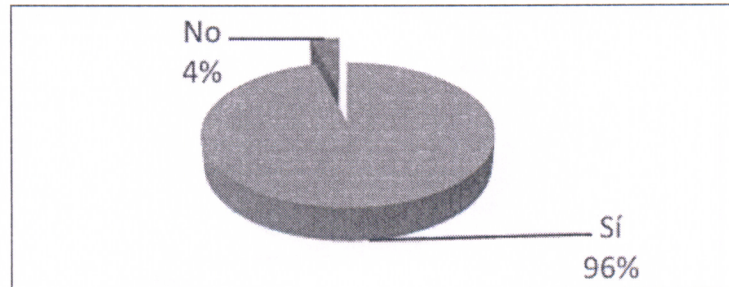
Elaborado por: Jorge Mora Varela

Del grupo consultado, el 82% de padres viven juntos y el 18% están separados.



**Gráfico 6.** Si los hombres portan consigo el agua embotellada  
**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Jorge Mora Varela

Del grupo de hombres consultados el 76% no porta la botella de agua consigo y la porta el 24%.



**Gráfico 7.** Si las mujeres portan consigo el agua embotellada  
**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Jorge Mora Varela

De las mujeres consultadas el 96% porta consigo el agua embotellada y el 4% no la porta.

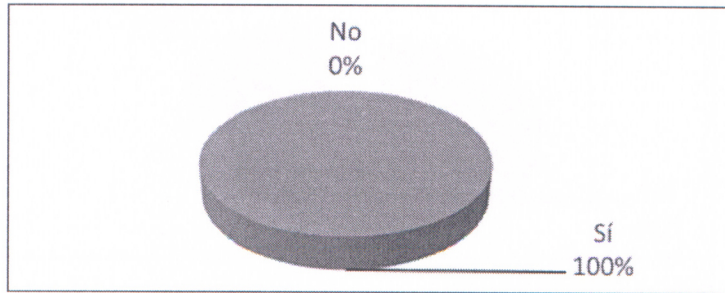


Gráfico 8. ¿Tiene teléfono celular?  
Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jorge Mora Varela

El 100% de los consultados tiene teléfono celular.

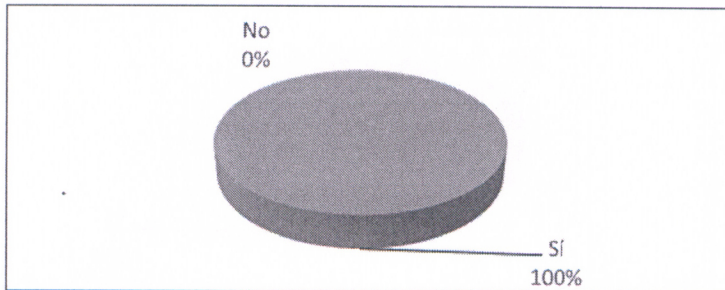


Gráfico 9. ¿Tiene cuenta de correo electrónico diferente a la de la universidad?  
Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jorge Mora Varela

Todos los consultados tienen cuentas de correo electrónico diferente al de la universidad.

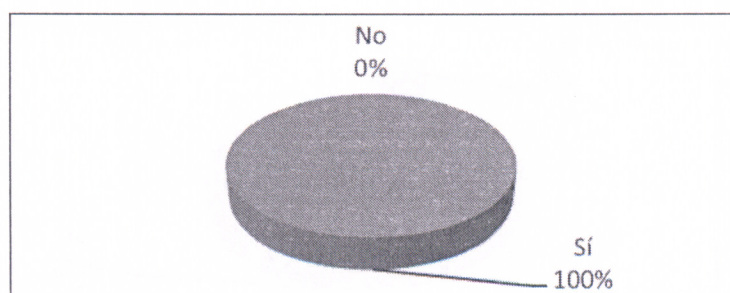


Gráfico 10. ¿Tienes cuentas en redes sociales?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jorge Mora Varela

El 100% de los consultados tienen cuentas en las redes sociales.

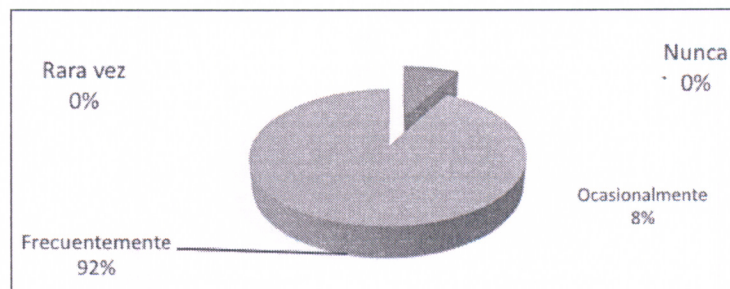


Gráfico 11. ¿Con que frecuencia te conectas a las redes sociales?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jorge Mora Varela

El noventa y dos por ciento de los consultados dicen que se conectan a las redes sociales frecuentemente, el 8% ocasionalmente, el 0 por ciento rara vez o nunca.

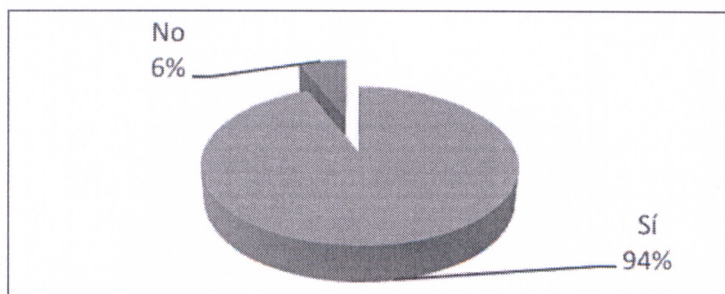


Gráfico 12. ¿Para orientar sus compras utiliza la información de la Web?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jorge Mora Varela

El 94% de los consultados orienta sus compras en la Web y el 6% no lo hace.

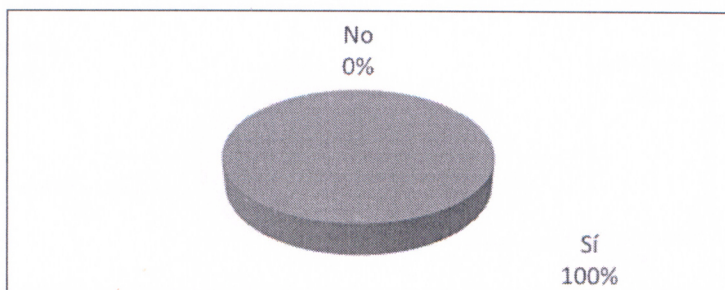


Gráfico 13. ¿Tiene dispositivo de sonido digital?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jorge Mora Varela

El 100% de los consultados tiene dispositivo de sonido digital.

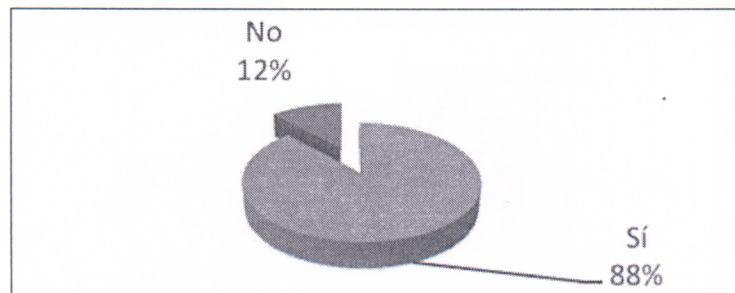


Gráfico 14. ¿Tiene dispositivo de imágenes (fotografía y/o video)?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jorge Mora Varela

El 88% consultado tiene dispositivo de imágenes (fotografía y/o video).

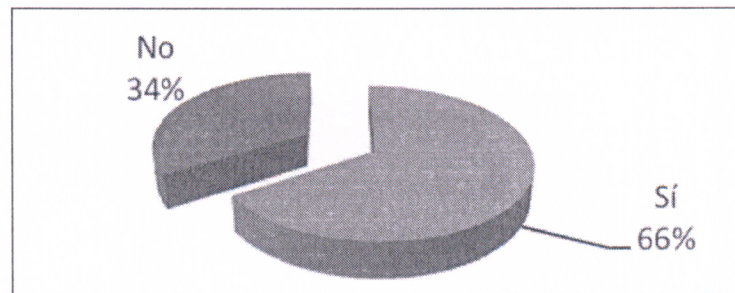


Gráfico 15. ¿En su formación académica utiliza dispositivos electrónicos de sonido?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jorge Mora Varela

El 66% de los consultados utiliza dispositivos electrónicos de sonido.

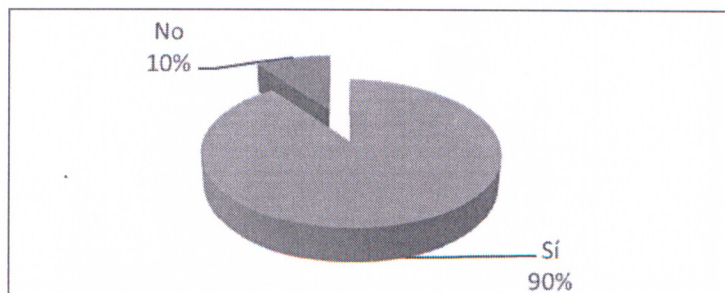


Gráfico 16. ¿En su formación académica utiliza dispositivos electrónicos de imágenes?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jorge Mora Varela

El 90% de los consultados utiliza dispositivos electrónicos de imágenes.

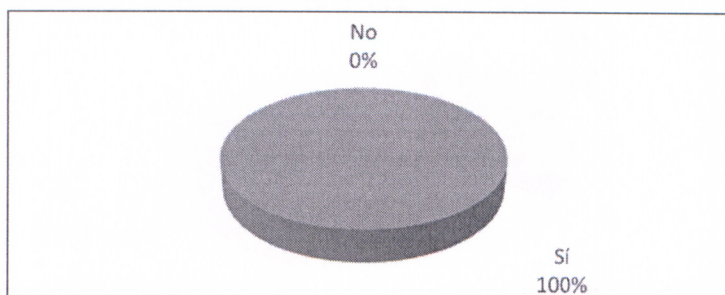


Gráfico 17. ¿En tu formación académica utilizas plataformas virtuales?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jorge Mora Varela

El 100% de la muestra utiliza en su formación académica, plataformas virtuales.

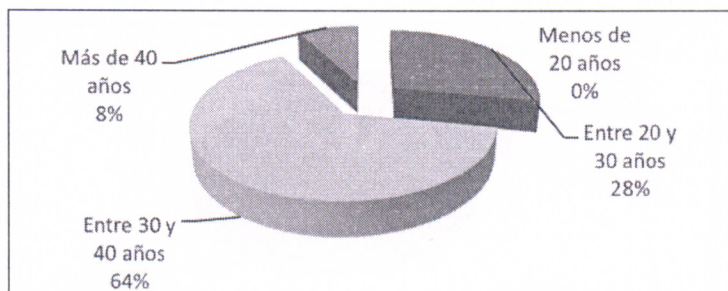


Gráfico 18. ¿A qué edad le gustaría acceder a la paternidad?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jorge Mora Varela

De los hombres consultados al 28% le gustaría acceder a la paternidad entre los 20 y 30 años de edad, al 64% entre los 30 y 40 años de edad, al 8% más de 40 años de edad y el 0% menos de 20 años.

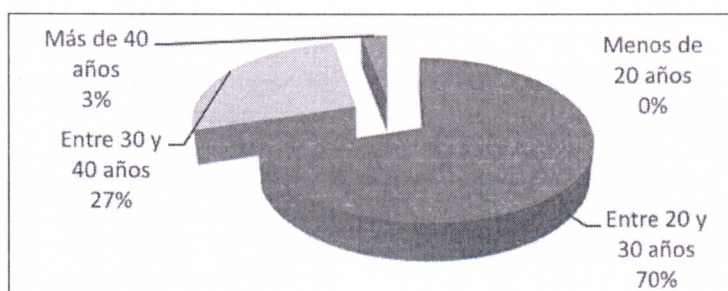


Gráfico 19. ¿A qué edad le gustaría acceder a la maternidad?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jorge Mora Varela

Del grupo de mujeres consultadas al 70% le gustaría acceder a la maternidad entre los 20 y treinta años de edad, al 27% de las consultadas entre los 30 y 40 años de edad, al 3% más de 40 años de edad y el 0% menos de veinte años.

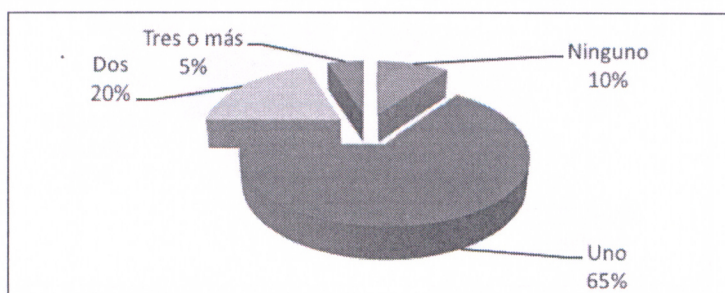


Gráfico 20. ¿En tu formación académica utilizas plataformas virtuales?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jorge Mora Varela

Consultados sobre cuántos hijos le gustaría tener, el 10% responde que ninguno, el 65% responden que uno, el 20% dice que dos hijos y el 5% tres o más.

## VII. ANÁLISIS

Si los datos muestran tendencias marcadas en las preferencias de consumo o los hábitos laborales, es posible aseverar que la "identidad" de los seres humanos se puede construir o comprar, desde las nuevas ideas, el estilo, las creencias o las formas de vida.

De los conversatorios realizados con los estudiantes se pudo identificar la frecuencia, la importancia o la influencia que estas tienen en la construcción de sus creencias, manera de ver el mundo, las formas de relacionarse, de comunicarse, en ámbitos personales, familiares, afectivos, laborales, con inclusión del ámbito educativo, que se evidencia por ejemplo en la manera

de hacer las tareas, o de compartir el conocimiento.

A través de estos medios a más de los ya tradicionales, el mercado "orienta" las preferencias al momento de elegir los bienes, como los autos, las computadoras personales, los "gadgets", se pueden mostrar y vender los servicios, los gustos y los favoritismos, por ejemplo al momento de realizar las elecciones (Caso Barack Obama en los Estados Unidos), o el cine, la oferta televisiva, por medio de los espectáculos mediáticos como los "Oscars", los "Grammy", los "Globos de oro" y tantos más que ayudan a los oferentes y a los demandantes a ser más seductores para tener éxito,



sobre todo cuando se participa en las redes sociales, donde quien participa siente la necesidad de ser bello, de ser aceptado, para ser más popular, para ser parte de su propio mundo o para ganar ventas, postulaciones populares, o para adecuarse mejor, y comprar "certezas" de reconocimiento y valor.

Todo es posible comprar, incluso los "fashion stylist", quienes tienen la misión de eliminar el miedo a verse fuera de contexto, ayudan a redefinirse al ser humano y le diseñan por ejemplo como vivir, como comer, como vestir, ser menos tímidos, o más arrogantes, cómo mejorar las relaciones familiares, como expresarse, influye en qué o en quién creer.

La identidad se logra por el producto que se compra y se puede llegar a la vejez pensando que se puede

recrear infinitamente.

El "software" brinda la oportunidad de tener amigos, en número superior a los que se pudiese tener físicamente, esto soluciona de alguna manera la precariedad de las relaciones sociales, si se necesita buena compañía este recurso te lo puede dar, relaciones que se dan solo son válidas si son agradables y duran las relaciones si pueden satisfacer si no se dan, solo se dejan.

La tecnología de alguna manera da libertad de trabajo, de compañía o de tendencia sexual, y nadie te podrá juzgar, sin sacrificio o compromiso.

Se podría juzgar a estas personas como inseguras, inmorales, superficiales o estúpidas, no lo son, solo pertenecen a la sociedad líquida (Bauman, 2008).

## VIII. PROPUESTA

Si el destino de las culturas, de los pueblos, de las relaciones interpersonales, institucionales educativas, políticas, económicas, parece estar en manos de los productores de bienes y servicios con alto valor agregado, entonces como miembros del claustro académico tenemos la oportunidad y la obligación de proponer alternativas que ayuden de alguna manera a equilibrar la correlación de fuerzas, para darle un poco de equilibrio y de

cordura al mundo.

La propuesta tiene que ver con modificar hacia adelante en el modelo propuesto por la UNESCO "Los cuatro pilares de la Educación", porque tiene incidencia mundial y tiene un gran nivel de aceptación y credibilidad.

Si bien en el informe "la educación encierra un tesoro" de la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la



Educación para el Siglo XXI, reconoce la migración "De la comunidad de base a la sociedad mundial en un planeta cada vez más poblado y hacia una mundialización de los campos de actividad humana"; sin

embargo la descripción gráfica de los Cuatro Pilares de la Educación, muestra desde mi punto de vista algunas limitaciones operativas que responden a lo declarado.

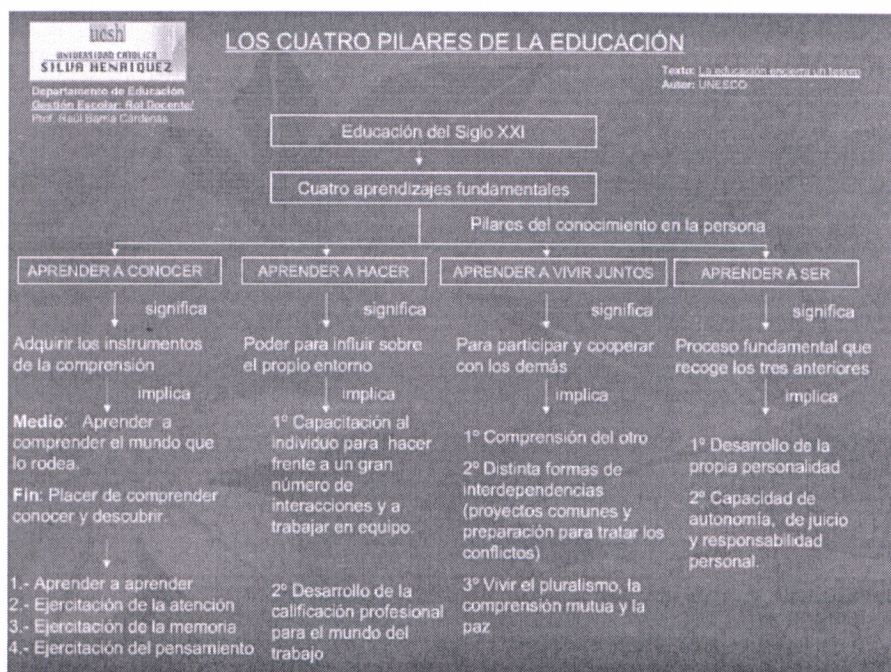


Gráfico 21. Los cuatro pilares de la educación

Fuente: [www.unesco.org/education/pdf/DELORS\\_S.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/DELORS_S.PDF) -

Elaborado por: Jorge Mora Varela

Creo oportuno aportar en los siguientes pilares fundamentales:

1. El aprender a aprender debe evolucionar al "APRENDER A PROPONER", como imperativo de la educación superior, a través del fortalecimiento del eje de INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA y el compromiso CON LAS COMUNIDADES como autoras de su propio desarrollo, lo cual permitirá procesos de reflexión, de aceptación, negación o propuestas alternativas de frente a lo que viene impuesto por los actores de los procesos productivos.
2. En el pilar fundamental aprender a hacer, se debe emigrar a desarrollar la capacidad de influir sobre el propio entorno a "INFLUIR SOBRE LAS CAUSAS QUE GENERAN EL PROBLEMA" y que en un escenario de globalización son múltiples y con algunos puntos de origen.
3. Modificar la capacidad del individuo PARA TRABAJAR EN EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS y MULTICULTURALES,
4. En el pilar aprender a vivir juntos, no solo llegar a la comprensión del otro, sino "A LA CAPACIDAD DE LLEGAR A ACUERDOS MÍNIMOS COMUNES" para poder trabajar juntos en equipo, con respeto a la identidad de cada uno de los actores y poder así eliminar los focos de conflictividad, que son naturales en entornos de diversidad cultural, social o económica.
5. En el pilar aprender a ser, no solo la capacidad de autonomía, de juicio y responsabilidad personal, sino sobre todo de RESPONSABILIDAD SOCIAL COMUNITARIA y AMBIENTAL, habida cuenta que el ser humano no actúa solo, sino que interactúa con los otros en la construcción de su propia vida y que influye en la construcción histórica de los demás, en entornos sobre los cuales tiene el deber moral y social de mantenerlos y/o de mejorarlos como aporte básico y obligatorio por el hecho de participar en ellos.

## IX. EL MODELO PEDAGÓGICO IGNACIANO

Surge la necesidad de confrontar con las ideas fundamentales sobre las cuales se construyó la identidad de la Universidad Católica, manifestadas en el Modelo Pedagógico Ignaciano que se desarrolla en cinco momentos (UNESCO, 1996)

1. Situar la realidad en un contexto
2. Experimentar desde la realidad
3. Reflexionar sobre esa experiencia
4. Actuar consecuentemente
5. Evaluar la acción y el proceso seguido

El modelo, no escapa, y no rehúye a la realidad, es más: la confronta, la analiza y actúa en ella, plantea retos; por lo tanto, si el Modelo Pedagógico Ignaciano es una plataforma de reflexión -acción, es pertinente, su fortalecimiento, enriquecimiento y profunda difusión, por ser una herramienta importante, determinante y paradigmática en la construcción de un entorno nacional y global en los términos como los define el Sacerdote Jesuita Adolfo Nicolás, Superior General de la Compañía de Jesús, en la ponencia presentada en el Encuentro de México D.F., del 23 de abril de 2010: "Desafíos a la educación superior jesuita de hoy" dice "forjemos un futuro para un mundo humano, justo y sostenible".

## LITERATURA CITADA

- Bauman, Z. (2009). Modernità e globalizzazione (intervista di Giuliano Battiston), Edizioni dell'Asino, Roma.
- Bauman, Z. (2006). Liquid Life (trad. it.: Vita liquida, Roma-Bari).
- Bauman, Z. (2003): Liquid Love: On the Frailty of Human Bonds. Recu-
- perado de: [unesco.org/education/pdf/DELORS\\_S.PDF](http://unesco.org/education/pdf/DELORS_S.PDF) – Francia [sj.org/educacion/pedagogia](http://sj.org/educacion/pedagogia)
- UNESCO (1996). [www.sjmex.org/educación/pedagogia.htm](http://www.sjmex.org/educación/pedagogia.htm).