

START-UP

El metaverso entra en las universidades

Pilar Maurell

No sabemos cuándo estará disponible el metaverso, lo que sí sabemos es que es un concepto disruptivo que cambiará nuestra manera de trabajar, relacionarnos y formarnos. El sector educativo, y especialmente la educación universitaria, será uno de los grandes beneficiados de este nuevo entorno. Pero quedan muchos retos por superar. Así lo explicó Esteve Almirall, profesor de Operaciones, Innovación y Data Sciences de Esade, en el 4YFN durante el pasado MWC, en el que Esade fue colaborador oficial académico y *partner* del ámbito EdTech.

Según el profesor, la inteligencia artificial "impacta poco actualmente en el sector de la educación", aunque hay cierto movimiento "que ha cambiado muchas cosas en cuanto al tipo de contenido, como los cursos masivos *online* MOOCs", que se han convertido en SPOCs con el tiempo. "Estos últimos son básicamente MOOCs que se hacen dentro del entorno del campus", explica el experto.

Almirall considera que en el futuro habrá diversas líneas de evolución. "En *executive education* (programas académicos en escuelas de negocios de nivel de posgrado) el metaverso tendrá un impacto importante y los cursos MOOC puede evolucionar por aquí". Aunque, la aplicación de la inteligencia artificial traerá un cambio mucho más interesante y es la "educación personalizada". Esto se dará, sobre todo en los estudios no reglados. "La educación reglada por agencias o ministerios está muy protegida y se mueve muy despacio, mientras que en la no reglada ya vemos que prácticamente todo está en línea", sostiene Almirall.

Creadores de contenido

Y si todo está *online* ¿cuál es el papel del profesor? "Ha ido cambiando y depende mucho del entorno. En *executive education*, el cambio ha sido notable y la pandemia lo ha acelerado, el profesor deja de ser alguien que va al campus a impartir un curso para convertirse en un creador de contenidos, de modo que tiene que aprender a dominar nuevas herramientas y saber usar una cámara o editar un vídeo. Ahora esto forma parte integral de mi trabajo". Y en clase, "se hacen los ejercicios, los debates y las discusiones en grupo". Esto supone un cambio radical porque "el contenido en línea puedes escucharlo una o 20 veces si no lo



Esteve Almirall es profesor de Operaciones, Innovación y Data Sciences de Esade, y participó en las conferencias sobre edTech del 4YFN, del pasado Mobile

has entendido, de modo que aprovechas más el tiempo que estás en el aula con los compañeros".

Para el experto, todo este movimiento que culminará en el futuro con el metaverso supondrá un cambio inmenso en las economías de los centros. "Si tú estás en un curso de Coursera (una plataforma de cursos en línea) y tienes cinco millones de estudiantes, puedes imaginar fácilmente que la economía de creación de ese curso ha cambiado radicalmente", explica Almirall. Si en una clase asisten 30 alumnos y para llegar a los 90 tienes que hacerla tres veces, con un curso *online* las posibilidades de crecer en el número de asistentes son casi infinitas, de modo que tendrás muchos más recursos para crear el contenido. "Aquí, probablemente, el metaverso y la inteligencia artificial tienen un aspecto más transformador en el sentido de crear un buen curso en el metaverso no será tan fácil y asequible como tener un profesor y una pizarra, se necesitarán más herramientas, sobre todo si quieres competir con otros cursos", recuerda Almirall que augura que el metaverso "no estará al alcance



ESADE

“El profesor deja de ser alguien que va al campus a impartir un curso para convertirse en un creador de contenidos, de modo que tiene que aprender a dominar nuevas herramientas”

de todas las universidades y habrá ganadores y perdedores”. Ya hoy, crear buenos contenidos para cursos en línea “se parece más a hacer un documental o una película y esto tiene una estructura de costes muy diferente”.

Más opciones para los alumnos

Los grandes beneficiarios de esta tendencia son los alumnos. “Los institutos de tecnología de la India utilizan masivamente Coursera, lo que les permite tener un nivel equivalente al de los EE.UU. en un país con un nivel de riqueza y PIB per cápita absolutamente diferente. Es un beneficio, pero también es una amenaza para muchas universidades. Por ejemplo, el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) tiene una extensísima oferta de cursos *executive online* a precios muy competitivos. Como alumno puedes escoger realizar uno en tu país u optar por el MIT, y hay mucha gente que prefiere la segunda opción”.

A pesar de todas las ventajas, los cursos virtuales aún tienen un problema y es que los empiezan muchos y los acaban pocos. “En Coursera puedes iniciar con 200.000 estudiantes y que terminen 5.000. La gente los deja por razones múltiples, porque no hay presión de grupo o no calcula bien el tiempo o sus fuerzas”. Esto cambiará con el metaverso, “porque no perderás la parte del contacto humano”, asegura Esteve Almirall.

GLOSARIO

Estos son algunos de los nuevos conceptos que los retos tecnológicos han incorporado a la educación

MOOC

Es un acrónimo inglés de Massive Online Open Courses. Se considera a David Wiley como el autor del primer MOOC conceptual, iniciado en la Universidad de Utah en agosto de 2007. El éxito llegó en otoño de 2011 cuando más de 160.000 personas se matricularon en un curso de IA ofrecido por Sebastian Thrun y Peter Norvig en la Universidad de Stanford. Poco después se creó Coursera. También el Instituto Tecnológico de Massachusetts lanzó MITx (hoy edX), una plataforma abierta y gratuita para la educación en línea, a la que se han sumado Harvard y Berkeley, explican desde la UAB.

Gafas

Para que el metaverso sea una realidad hay que crear unas gafas especiales que serían la puerta de entrada a esta nueva dimensión. “De momento hay prototipos, pero cuando se materialicen esas gafas veremos un cambio radical en educación”, explica el experto de Esade. “Google, Microsoft, Apple o Facebook, todos están invirtiendo miles de millones en su metaverso, una nueva red social, a la espera de que se comercialicen las gafas adecuadas”. Para Almirall, Apple o Samsung serían las compañías que tendrían más capacidad para crearlas “pero no lo harán hasta que también tengan su propio metaverso. El negocio es enorme”.

‘Engagement’

Se trata de la capacidad de una marca o un producto (en este caso, un curso) para involucrar a la audiencia, creando un sentimiento de compromiso y confianza. Uno de los problemas de los cursos ‘online’ es que muchas personas los dejan antes de acabar. Esto no ocurrirá con el metaverso, afirman los expertos. Esteve Almirall recuerda un estudio de PwC que afirma que “la velocidad de adquisición de conocimiento es cuatro veces más que en una clase tradicional. Además, los alumnos se sienten cuatro veces más motivados e integrados en clase”. Esto ocurre porque en el metaverso, al utilizar las gafas, “focalizas toda tu atención allí, no hay segundas ni terceras pantallas”, explica Almirall.

Universidad como plataforma

“¿Por qué los contenidos tienen que estar desarrollados dentro de la universidad? En algunos países te convalidan cursos de Coursera. Esto significa que la universidad cambiará de rol, no será el único creador de contenidos y deberá convertirse en ‘curator’, es decir, tendrá que buscar buenos contenidos fuera e incorporarlos”, defiende Almirall.