EL PAÍS extra

12/05/2019

EL PAÍS (EXTRA)

Prensa: OTRAS
Tirada: 218.696
Valoración: 38.351 €

Sección: EDUCACION
Difusión: 164.504

Una universidad que abre a todas horas

La tecnología hace que la oferta académica sea más diversa y más sofisticada, pero también más costosa

Thiago Ferrer

Parece que está entre nosotros desde siempre. Y, sin embargo, la revolución que Internet ha supuesto en nuestras vidas cotidianas no tiene más de 20 años. La primera generación crecida en un entorno plenamente digital está entrando por las puertas de las aulas universitarias. Y, por eso mismo, esa expresión, "entrar por las puertas de las aulas" empieza a ganar un sentido figurado, y no literal. "Es una generación digitalmente más sofisticada que cualquier otra antes", apunta un informe de PwC. "Y, como tal, espera aprender y que la enseñen usando métodos que se adaptan a sus preferencias personales y al ritmo que ellos eligen, no el que les imponen".

A mediados de la década que ahora termina, la expectativa era una revolución que dejaría a todo el mundo descolocado. "Hay una avalancha en camino", trompeteaba un informe del Instituto para la Investigación de Políticas Públicas (IPPR, en sus siglas en inglés) de 2013. "En el nuevo mundo, el alumno va a estar en el asiento del conductor, con un ojo afilado puesto en el valor de lo que hace. Para las instituciones, abrazar este nuevo mundo puede ser la única posibilidad".

La realidad, sin embargo, se ha revelado menos espectacular. "La revolución será más lenta y, posiblemente, no será tan incluyente como se imaginaba en un principio", en palabras de Valerie Lemarquand, responsable de cooperación universitaria en la Embajada de Francia en Berlín. "Es cierto que no va a suponer la revolución que hace cinco años se decía que iba a ser", apunta Manuel León Urrutia, profesor de la Universidad de Southampton (Reino Unido).

Las cosas están cambiando. "Las clases se siguen dando en aulas y se siguen haciendo exámenes. Pero hay que tener en cuenta que nada ha cambiado de un día para otro; ha sido un continuo", apunta León Urrutia. "Hay cosas que han desaparecido: cuando yo hice la carrera, lo habitual era compartir los apuntes con los compañeros". "Antes, uno iba a clases magistrales donde se producía la transmisión del conocimiento, y luego, fuera del aula, se aplicaba lo aprendido o se reflexionaba sobre ello", recuerda Jon Altuna, vicerrector de la Universidad de Mondragón. "El objetivo es darle la vuelta: que el estudiante pueda obtener el conocimiento en plataformas digitales en cualquier momento, y que el espacio presencial sea para la aplicación, el debate o la reflexión". Este es el concepto de *flipped classroom:* la clase invertida.

De distracción a instrumento

Y aquí, los dispositivos móviles pueden pasar de ser distracción a instrumento de trabajo. "Pueden integrarse a los cursos y utilizarse en tareas, trabajo de campo, colaboración y otras actividades", explica Emal Dusst, del Instituto Brookings. "Esto implica que hay que asegurarse que las funciones de contenido de los cursos funcionan bien en dispositivos móviles, y aprovechar sus capacidades específicas para el aprendizaje".

No solo se trata de la formación universitaria que uno hace en la veintena. "Las universidades españolas llegamos tarde al proceso de Bolonia", recuerda Altuna, "y aunque ha impulsado mu-

SUZANNE KREITER (GETTY IMAGES)

chos elementos fundamentales, no se ha hecho la transformación del aprendizaje a lo largo de la vida y la educación centrada en el estudiante. Y es ahí donde la tecnología puede tener un papel fundamental". "Los cambios en la educación han de verse como parte de un proceso más amplio: la globalización, Internet, las redes sociales, todo esto está cambiando el cómo operan las empresas", apunta Arunav Sinha, director de comunicación de Coursera. "Las habilidades están cambiando mucho y muy rápido. Antes solo te educabas una vez y eso te valía para toda la vida, pero ahora uno tiene que estar reeducándose constantemente. Y uno ya no puede estar yendo a un campus: tiene trabajo, tiene familia".

Es aquí donde entra el gran fenómeno de la educación *online:* los cursos masivos abiertos en línea (MOOC, en sus siglas en inglés). Según Class Central, en 2018 hubo 11.400 cursos montados por más de 900 universidades y que reunieron a más de 100 millones de alumnos. "En la vida cotidiana vivimos muy acelerados, ni siquiera tenemos 30 minutos o una hora para ver un curso en la web", confirma Ana Casilda Andrés, consejera delegada de Telefónica Educación Digital. "Lo que necesitas son cosas de cinco o diez minutos". Y no necesariamente tiene que ver con las universidades. Otras organizaciones, como las famosas charlas TED (Tecnología, Entretenimiento, Diseño), que, bajo el lema "ideas que vale la pena compartir", han cambiado la forma de difundir el conocimiento en Internet. La cuenta de TED en YouTube tiene más de 13 millones de suscriptores; su equivalente en español, más de 300.000.

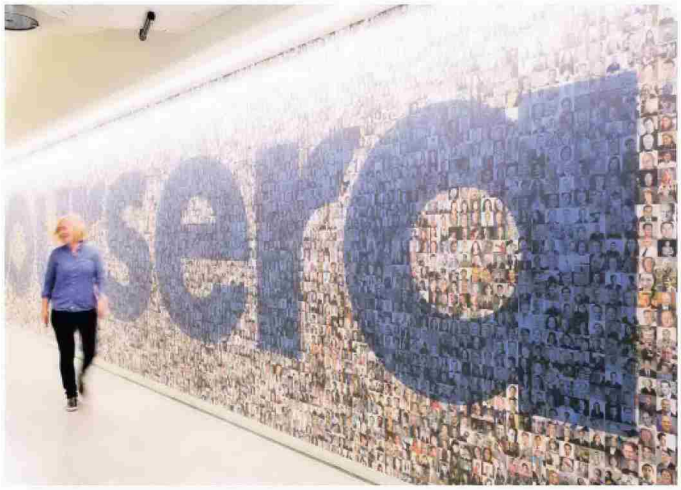
Populares en España

Existe un reconocimiento: el matemático e ingeniero estadounidense Salman Khan, creador de un método por el que se enseña a los niños matemáticas por Internet, acaba de ser galardonado con el Premio Princesa de Asturias de Cooperación Internacional. "Creo que en España los MOOC han funcionado mejor que en otros países porque somos muy curiosos y tenemos mucha inquietud", señala Ruth Cobos, de la Universidad Autónoma de Madrid. "No nos quedamos tranquilos en el aula; nos gusta aprender de muchas maneras".

¿Y esta educación no parte en desventaja con los cursos universitarios más establecidos y prestigiosos? "Es cierto que la carrera formal es un filtro inicial que cuesta quitar", reconoce Andrés. "Pero cada vez hay más empresas para las que el currículo no es suficiente; que te hacen pruebas para saber qué conocimientos tienes". "Hay que tener en cuenta que las universidades en Internet son un fenómeno reciente, mientras que las instituciones tradicionales tienen siglos de historia", apunta Altuna. "Al final, todo esto va a conducir a una formación híbrida: las universidades presenciales van a tener que añadir cursos *online,* y las universidades en red no van a poder seguir siéndolo al cien por cien, sino que van a tener que añadir prácticas presenciales y formación dual".

Una cosa está muy clara: no basta poner una cámara de vídeo en un aula y esperar que el profesor haga el resto. "Una estrategia digital de éxito ha de sostenerse sobre cuatro pilares", explica el informe de PwC. "Primero, hay que entender que la transformación digital afecta a cada parte de la universidad, no solo a la tecnológica. Segundo, hay que ligar la actividad digital en su conjunto a la visión estratégica general de la institución. Tercero, hay que invertir en comunidades construidas en torno a innovadores digitales voluntariosos y capaces. Y, por último, hay que adoptar un diseño que se centre en las necesidades de los alumnos y no en la infraestructura interna de la universidad".

PHOTOFUSION UIG (GETTY IMAGES)



Todo esto implica una profesionalización cada vez más exigente. "Un docente que está en una formación presencial no puede trasladarla miméticamente a la formación *online",* señala Altuna. "Ha de diseñar un programa específico, pensando en la persona que puede estar detrás, en cualquier momento y en cualquier dispositivo. Y depende del tipo de formación: por ejemplo, los vídeos del Basque Culinary Center y de nuestra facultad de Gastronomía, por el prestigio de los ponentes, requieren una edición muy cuidada. Por eso las facultades están creando unidades de diseño instruccional, con editores de vídeo".

Y eso cuesta dinero. Un estudio de la consultora Raccoon Gang estima que producir una hora de educación *online* lleva entre 100 y 160 horas de trabajo, y cuesta entre 7.000 y 33.500 euros. Un gasto que no todas las universidades pueden o quieren hacer. "Como es en abierto, como es público, la administración de las universidades suelen pensar, por desgracia, que hay que hacerlo gratis", considera León Urrutia. "Como los modelos de negocio están en evolución y no están definidos, hay muchas reticencias a invertir recursos y dinero". Pero, poco a poco, al instalarse una cultura de enseñanza *online,* en algunos casos se están empezando a valorar y a establecer mecanismos de apoyo al profesorado".

Pero la educación nunca es solo ir a clase. Las interacciones con los compañeros y profesores son, también, parte del proceso. "Esa es una de las críticas más extendidas por parte de los escépticos acerca de los MOOC", reconoce León Urrutia. "La participación física en un debate lo hace mucho más intenso y significativo, porque el cerebro es mucho más permeable en las conversaciones cara a cara. Pero es que una no es óbice de la otra; se puede coexistir y es muy ventajoso que sean complementarias".

Sobre todo, la revolución tecnológica ha de traer un cambio en la mentalidad de los estudiantes. E incluso eso genera ciertas resistencias. "Yo soy profesor de Ingeniería, donde tenemos los mejores alumnos del sistema educativo", reflexiona Carlos Santiuste. "Pero son brillantes haciendo una cosa. Si hay algo que tiene este cambio de sistema es que sacamos a los estudiantes de lo que están acostumbrados: hacer lo que les mandan. Y, gracias a la *flipped classroom,* hacemos más énfasis en trabajar en grupo, en exponer y en debatir. Y yo creo que todos salimos ganando, porque lo que aprenden aquí se lo van a encontrar en su puesto de trabajo: a saber vender, a saber desarrollar, a trabajar con gente a la que, de primeras, no le va a caer bien".

A la izquierda, el profesor de Antropología de la Universidad de Wellesley (EE UU) Adam van Arsdale rueda una clase para difundirla por Internet. En esta página, arriba, un curso de edición de fotografía para adultos; abajo, oficinas de Coursera, una de las grandes plataformas de cursos *online.*

En 2018 se llevaron a cabo 11.400 cursos gratuitos por Internet que juntaron más de 100 millones de alumnos

La cuenta de las charlas TED en YouTube tiene más de 13 millones de suscriptores; su equivalente en español, 300.000

La producción de una hora de curso *online* cuesta entre 100 y 160 horas de trabajo y entre 7.000 y 33.500 euros

¿Y qué pasa con los centros pequeños?

Una de las consecuencias del auge de la educación universitaria *online* es el fomento de la competencia entre universidades, lo que, en principio, beneficia a las instituciones más renombradas en detrimento de las demás. "Mientras que las instituciones de alta calidad con reputaciones globales seguirán sobreviviendo, puede que universidades de segundo y tercer nivel, que desempeñan un importante papel en sus comunidades locales, no lo hagan", señala en un artículo Michael Cusumano, de la escuela de negocios Sloan del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT). "Es verdad que los cursos *online* actúan como una tarjeta de presentación que tiene una presencia mucho mayor que para las universidades más pequeñas", reconoce Manuel León Urrutia, de la Universidad de Southampton. "Pero esto juega en los dos sentidos. La otra cara de la moneda es que las universidades pequeñas con un departamento o un grupo de profesores con un contenido distintivo tienen una oportunidad para difundir una educación de calidad especializada". "El modelo masificado no es el nuestro", reconoce Jon Altuna, vicerrector de la Universidad de Mondragón. "Nosotros vamos a una formación muy de nicho y muy destinada a segmentos profesionales muy concretos. Por eso hacemos una inversión muy alta, no solo en los contenidos, sino en la tutorización *online*".

Además, hay dudas acerca de la sostenibilidad económica de una apuesta por la educación gratuita, sobre todo para las universidades que no tienen un respaldo financiero que compense el gasto en Internet. "Las instituciones de educación superior han de asegurarse de que los costes reales de sus MOOC no se conviertan en demasiado altos para la sociedad al destruir sus propios fundamentos económicos o los de otros", apunta Cusumano.