

El nuevo factor de diferenciación

Los centros formativos, que en la era de Internet compiten con otros situados en cualquier parte del mundo, realizan importantes esfuerzos para adaptarse a los cambios tecnológicos y afrontan el reto creando programas online e impulsando el aprendizaje multidispositivo. **Por Ana Romero**

Si casi todos los campos y sectores económicos se están transformando, el educativo no iba a ser una excepción. De hecho, el aumento exponencial de la demanda de contenidos online no es una realidad reciente, pues tanto los responsables curriculares como los profesionales técnicos de los centros formativos llevan ya tiempo tratando de responder a este hecho.

No se trata sólo de que desde el departamento de inscripciones constaten el éxito de los formatos flexibles, digitales y a distancia. Para encauzar el aluvión de solicitudes hay que crear o modernizar una infraestructura tecnológica que facilite los soportes necesarios para posibilitar materialmente unos cursos cuyas posibilidades no dejan de crecer año a año, en beneficio de los alumnos que los cursan.

Cuestiones como ésta quedaron de manifiesto a comienzos de mes en Barcelona, ciudad que acogió unas jornadas internacionales de referencia en el ámbito del *EdTech*, término con el que se alude a la digitalización educativa. Fue en este escenario donde David Price, autor de *Open* —un manual recientemente publicado sobre el alcance de la transformación digital—, comparó irónicamente los tiempos que corren en *EdTech* con momentos como los vividos entre 1810 —cuando se patentó la lata de conservas— y 1855, un año en el que, por fin, alguien se lanzó a inventar el abrelatas. Por suerte para el sector, ahora la hoja de ruta está clara y los implicados conocen sus objetivos y los medios que necesitan para conseguirlos.

Con todo, por muchos cambios que suponga la digitalización educativa, “se habla de evolución y no de revolución, pues es una transformación pensada, que compete al conjunto del ecosistema educativo”, explica Bas Ten Holter, responsable del Departamento de Educación Superior para Europa de Instructure. Esta tecnológica estadounidense ha desarrollado Canvas, una herramienta para gestionar el aprendizaje basado en internet que se creó hace una década, al igual que Canvas Network, su plataforma de cursos en línea abierta y masiva.

Sobre la fuerza del formato digital no hay dudas. Respecto al calendario de implantación, la *EdTech* no es el futuro, sino que tiene ya un fuerte grado de desarrollo. Tanto, que el concepto tradicional de clase (con sus cuatro paredes) se ha roto para abrirse al mundo. Y esto es así porque los centros formativos compiten con otros de cualquier lugar del mundo, “de modo que la ubicación no es un factor para matricularse y lo es, en cambio, la calidad de la enseñanza y lo que aporta a los estudiantes cada programa, ya que así se decide contar con una titulación de una institución en detrimento de otra”, destaca el di-



Los centros adaptan sus contenidos a todo tipo de dispositivos, incluido el teléfono, aunque son el ordenador y la tableta los que permiten un aprendizaje más reposado.

Contenidos específicos para cada formato

En un mundo formativo en pleno desarrollo podría parecer que los contenidos digitales son adaptables entre los formatos presencial y online. Nada más lejos de la realidad, pues utilizar el teléfono móvil, una herramienta cada vez más frecuente, exige un diseño específico muy basado en las técnicas de gamificación. “Usamos contenidos cortos, idóneos para afianzar conocimientos o reparar unidades vistas hace tiempo”, explica Nacho de Pinedo, consejero delegado de la escuela digital Isdi. “En este

formato, el aprendizaje se plantea como una carrera de Fórmula 1 en la que se van completando diversos circuitos por etapas que sirven, normalmente, como complemento a los programas”. Asimismo, De Pinedo explica que un *webinar* publicado en una web y grabado directamente en una clase presencial no es un contenido digital propiamente dicho. En los nuevos tiempos no sólo están cambiando los contenidos, sino que con ellos lo hace también el papel del profesor, que ahora es un facilitador.

rectivo de Instructure. En este sentido, que las instituciones dispongan de las herramientas precisas para distribuir su contenidos, al tiempo que obtienen un *feedback* directo de los profesores y alumnos, “diferencia a los centros que se han transformado de los que no”, concluye Holter.

En este contexto, muchas instituciones formativas acaban por percibir que la tecnología debe estar al servicio de la comunidad educativa, siendo el papel de los socios tecnológicos “escuchar sus necesidades, tratando de asegurarles sistemas adaptados a los requerimientos actuales

El papel de los socios tecnológicos es crear sistemas adaptados a las necesidades de la comunidad educativa

y futuros bajo estándares comunes”, indica el directivo de Instructure. Con todo, la innovación en *EdTech* se focalizará en los próximos tiempos en cuatro pilares para responder al gran reto: soluciones, comunidad, recursos educativos y acuerdos de colaboración y estandarización.

Parece obvio que sin unas estructuras técnicas no es posible ofrecer programas online, pero también es cierto que el foco no se suele poner en ellas. “Las plataformas son indispensables y algo higiénico: están ahí, funcionan y poco más se habla de ellas en conversaciones no especiali-

zadas”, manifestó Marteen Vanderbiest, director de Másteres Online de la escuela de negocios belga Vlerick Business School, durante su ponencia en el encuentro sectorial celebrado en Barcelona. A pesar de esta realidad, la importancia de las plataformas no deja de ganar enteros cuando los alumnos piden total flexibilidad para cursar los programas, “en un ritmo libre de aprendizaje con el que lo mismo se alarga la finalización de un curso que, por el contrario, se condensan contenidos para dar así un empujón a algo, si lo que se busca es una carga lectiva más fuerte”, ilustró.

De este modo, en Vlerick Business School, como en tantos otros centros, intentan personalizar los contenidos, lo que pasa muchas veces por la elaboración de videos “con los que los alumnos pueden practicar de manera más personalizada que haciendo un único ejemplo el día que toca en clase”, valora Vanderbiest. Para ser más preciso, el directivo belga explicó que cuando en su centro se desarrolla una clase online “se pide a todos los alumnos que tengan encendidas las cámaras de sus ordenadores, pues así vemos sus caras y, si dejan de atender, les interpelamos directamente, para saber qué está pasando y si hay algo

que no entienden”, comentó el experto de Vlerick Business School.

El docente belga no es el único que otorga esa importancia a las plataformas digitales. En España, Nacho de Pinedo, consejero delegado de Isdi –centro nativo de internet y especializado en transformación digital–, asegura que cuando todo va bien “es como si estos sistemas fueran transparentes, pues prestan un servicio que es crucial pero que los alumnos dan por descontado”, valora el profesional. En su opinión, a veces se pone el acento de manera general sobre las plataformas “como algo clave, sin desgranar que en el fondo no se trata ya tanto de eso, como de la usabilidad que permiten y de cómo es, finalmente, la experiencia del usuario”.

En Isdi se trabaja con diferentes proveedores tecnológicos, entre los que se encuentra Canvas, “pues permite a nuestros alumnos acceder desde cualquier dispositivo, aunque la mayoría del contenido está pensado para un consumo desde el ordenador personal o la tableta, por ser dispositivos que permiten un aprendizaje más reposado”, señala De Pinedo. El directivo también explica que en su escuela hay una gran pasarela de integración de las distintas tecnologías, “pues tenemos todo conectado y cogemos lo ideal de cada entorno: si mañana sale algo mejor, ahí estaremos”. En otros centros, como el financiero Cunef, también se trabaja con el proveedor estadounidense, por resultarles especialmente útil para las



Photograph.eu

Las herramientas de realidad virtual o aumentada también han empezado a introducirse en el ámbito educativo.

áreas de *mobile learning* o de aprendizaje a través del teléfono móvil.

Con todo, en un escenario tan cambiante como el educativo “es importante tomar el esfuerzo de conocer a tiempo real cómo aprenden los alumnos, qué es lo que hacen y cómo usan las herramientas para ir aprendiendo”, aseguró Stephen Kennedy, docente encargado de las cuestiones digitales del Metropolitan College de Belfast, también presente en el even-

Los contenidos audiovisuales de corta duración sirven para mejorar la experiencia de los estudiantes

to barcelonés. En este centro norirlandés han comprobado que los alumnos demandan videos cortos con contenidos prácticos, que muchas veces consumen desde el móvil, y que este tipo de facilidades les hace valorar más los cursos. Además, Kennedy lanzó un aviso a navegantes: “No se trata de interpretar esta tendencia desde la accesibilidad y los gustos generacionales, sino de que la comprensión y el aprendizaje están comprometidos”.

Comunidades más seguras

Los centros educativos no pueden pasar por alto la ciberseguridad, pues de ella depende su buen funcionamiento y su reputación, en último término. Tecnológicamente se ha mejorado mucho en este negocio en poco tiempo, pero aún queda mucho trabajo por hacer. Y lo seguirá habiendo, mientras sigan existiendo centros que pongan pocos o ningún filtro de conexión con sus alumnos, lo que aumenta la vulnerabilidad de la red y de los sistemas. “Por desconocimiento o falta de recursos, bastantes instituciones que facilitan a los alumnos tabletas y ordenadores, no instalan medidas mínimas de seguridad, como conexiones tipo VPN o antivirus en los dispositivos”, explican en la firma especializada Panda. ¿Qué supone esto? Un alumno con un *malware* en su teléfono y conectado a la red wifi abre la puerta a que se puedan tumbar las comunicaciones de todo el centro educativo o a que se pueda tener acceso a los móviles de todos los demás alumnos.