

¿Es posible una educación pura y únicamente virtual?



Mis reflexiones sobre este tema surgen de una consigna que se me ha solicitado en una asignatura de la Maestría en Dirección y Producción de e-Learning que estoy cursando en la [Universidad Galileo de Guatemala](#).

Para tal fin, el profesor, mi colega [Miguel Antonio Morales Chan](#), ofreció la lectura de los artículos citados a continuación (que ya conocía y había leído) y tres interrogantes sobre el tema:

“1. La Universidad de Stanford ofrece cursos virtuales gratuitos, Stanford lanzó un experimento altamente publicitado en educación virtual cuando tomó tres de sus cursos de ciencias de la computación más populares y los puso a disposición de todo el que los quiera ver, de manera gratuita. Cada curso cuenta con video interactivos, exámenes

que permiten medir el nivel de conocimiento y la posibilidad de hacer preguntas a los profesores de la Universidad. La respuesta ha sido contundente: tan solo el curso de *Introducción a la Inteligencia Artificial* ha contado con más de 58,000 inscritos. Para 2012, Stanford ofrecerá 11 cursos de la misma manera.

Ver Nota Completa: [Tecnoark](#) Nota en
Inglés: [Stanford News](#)

2. Profesor en Stanford deja el centro y anuncia una “universidad” online gratuita para todo el mundo. Muchos recordaréis las clases online sobre *Inteligencia Artificial* que impartió la Universidad de Stanford de forma gratuita a través de la red. Bien, uno de los profesores en la materia, *Sebastian Thrun*, deja la docencia en el centro y anuncia un proyecto revolucionario...

Ver Nota Completa: [alt1040](#)

3. Udacity and the future of online universities

The most exciting (but also, in a small way, slightly depressing) presentation at DLD this year came from Sebastian Thrun, of Stanford and Google. Or formerly of Stanford, anyway. Thrun told the story of his Introduction to Artificial Intelligence class, which ran from October to December last year. It started as a way of putting his Stanford course online – he was going to teach the whole thing, for free, to anybody in the world who wanted it. With quizzes and grades and a final certificate, in parallel with the in-person course he was giving his Stanford undergrad students. He sent out one email to announce the class, and from that one email there was ultimately an enrollment of 160,000 students. Thrun scrambled to put together a website which could scale and support that enrollment, and succeeded spectacularly well.

Ver Nota Completa: [Blog Reuters Sitio](#)

Oficial: Udacity

- *¿Cuál será el futuro de la educación superior tradicional, ante este tipo de ofertas?*
- *¿Cuál será la tendencia de las otras universidades como MIT, Harvard, Oxford que también brindan cursos virtuales gratuitos?*
- *¿Se replicará el modelo de DAVID EVANS y SEBASTIAN THRUN?"*

La Educación Superior, al igual que el Nivel Medio y el Primario, si siguen promulgando metodologías de enseñanza-aprendizaje tradicionales se verán superadas y quedarán excluidas y a contramano del y por el contexto social mundial, producto del traspaso de la Era Industrial a la Era de la Información (yo prefiero pregonar por la concepción de Sociedad del Conocimiento). Este escenario influyó en todos los ámbitos. En educación, por ejemplo, se evidenció en el agotamiento del modelo tradicional (docente como único portador del conocimiento y centro en el proceso de enseñanza-aprendizaje) ante la aparición del nuevo modelo mediado por TIC (docente como facilitador y mediador en este proceso en el cual todos colaboran y construyen su propio conocimiento). La masificación de la información y su accesibilidad, sumado a la aparición de un nuevo agente, el Prosumidor (Prosumer en inglés, que significa productor y consumidor de contenidos), resultante del surgimiento de la Web 2.0, delimita un nuevo escenario en el cual los esquemas

tradicionales deberán readaptarse-reconfigurarse para no ser ajenos a este continuo proceso.

Es así que las instituciones educativas como la Universidad, ante la amenaza de quedar obsoletas necesitan y se ven obligadas a reevaluar sus métodos, no solo de enseñanza sino también de contacto y encuadre social, a fin de no perder terreno ante propuestas más seductoras.

La iniciativa de la Universidad de Stanford está siendo replicada por otras instituciones educativas con excelentes resultados. Pero el escenario que presenta ante esta oferta hace que nos planteemos los siguientes interrogantes:

¿Es posible dar clases ante una cantidad multitudinaria de estudiantes como son 58 mil asistentes al curso de Inteligencia Artificial?

¿Es rentable el modelo? ¿Cuántos recursos tecnológicos se requieren para sostener esta convocatoria en el tiempo?

La Universidad, en especial la privada, no deja de ser una empresa: requiere personal, ofrecer un servicio o producto y que alguien, en este caso alumnos, lo compren, convirtiéndose así en clientes, para que cierre el circuito de producción. Si el producto se ofrece de forma gratuita, entonces, ¿dónde está el negocio? Expertos de Marketing y Publicidad ya anticipan que durante el transcurso del 2012 la inversión en medios digitales (online especialmente) superará ampliamente a la de medios impresos o gráficos a nivel mundial. De este hecho se puede deducir dos variables:

1. El negocio de las Universidades pasaría de centrarse en la venta del servicio o los contenidos (carreras, cursos, etcétera) a focalizarse en la venta de publicidad. Es factible en un futuro no muy lejano (como ya sucede con videojuegos como el Fifa, o en comunidades online como Second Life) que la publicidad no sea solo visible en un portal web, sino también como contenido enriquecido dentro de una aplicación

o material de estudio de cátedra.

2. A través de la oferta gratuita de cursos de gran reconocimiento como los que se ofrecieron, se busca capitalizar más alumnos en otros cursos o en las carreras de grado y posgrado que se ofrecen con costo.

Por lo explicado anteriormente, sin duda el escenario se perfila hacia ese modelo de negocio virtual. Sin embargo, por más que la inversión en medios online supere en 2012 a la de los medios tradicionales, la ecuación a corto y mediano plazo (uno a cinco años) será negativa en cuanto al ROI. Para que se pueda migrar completamente de negocio y producirse la transformación total de un escenario a otro (del tradicional del espacio físico a la instancia únicamente virtual) deben cumplirse previamente otros factores importantes, entre ellos: el aumento de la credibilidad de la información disponible en Internet, la disminución de la brecha digital mundial, el incremento considerable en la velocidad de transmisión de la información, mayor estabilidad y seguridad de los sistemas (servidores, centros de cómputos, fibra óptica, ISPs, etcétera), disminución de los costos de todas las ofertas académicas, cierre de establecimientos físico inmensos, reconocimiento a nivel interno de cada país e internacional de los estudios adquiridos a través de Internet, políticas que regulen el uso y la producción de contenidos de Internet que no atenten contra el cooperativismo, el colaboracionismo o que tiendan a censurar cualquier manifestación cultural que un país (o mejor dicho potencia) considere que atenta contra sus intereses económicos, entre otros sucesos.

En resumen, la tendencia indica que el escenario se inclina hacia esta metodología de enseñanza a través de las TIC, pero el proceso para que se cumpla y culmine dependerá de varios factores escalables y consecutivos en el tiempo, sumado a la aceptación social de un nuevo paradigma.

Artículo relacionado: [“La Universidad virtual pura no existe”](#)