¡MOOC!, abran paso

Desde hace unos pocos meses un nuevo acrónimo se viene imponiendo en el ámbito de la formación de postgrado y universitaria. Los *Massive Open Online Courses*, o MOOC, cursos *on line* que se ofrecen de manera gratuita dirigidos a un gran número de participantes y con un alto grado de componente participativo, sobre todo de carácter horizontal, es decir, entre los propios alumnos inscritos.

Javier López

La característica más llamativa de estos cursos no es su carácter *on line*, sino que estos son promovidos, al menos en las plataformas más conocidas, por instituciones educativas tradicionales, de rancio abolengo, con profesores de máximo prestigio (incluidos premios Nobel) y ¡¡son gratuitos!!.

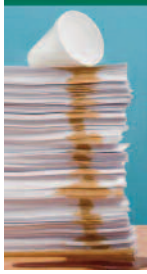
Democratización a ultranza de la enseñanza. Actualmente, una persona que tenga un mínimo nivel de inglés y una conexión a internet, puede matricularse de manera gratuita en el curso de «Financial markets» de Robert Shiller, profesor de finanzas de Yale University y premio Nobel de Economía 2013. Si además esta persona dispone de los conocimientos mínimos previos imprescindibles para poder seguir el curso que, de entrada, no son exigibles (aunque suele haber una encuesta de conocimientos previos y expectativas, no existen procedimientos de validación), ya tenemos casi todos los ingredientes para que el aprendizaje sea óptimo.

Pero, esta nueva posibilidad ¿supone una innovación disruptiva en el sector de la formación? No me atrevo en la actualidad a contestar afirmativamente y de manera tajante, pues todavía está

[iStock]/Thinkstock.

por ver la robustez del modelo de negocio. Según el profesor Hosanagar, de Wharton University, «la demanda que se consigue a precio cero es muchas veces mayor que la demanda generada por el precio bajo», incluso aunque este sea de pocos céntimos. Pero claro, detrás de ello tiene que haber algo más. En los modelos de negocio «de precio cero» el que más éxito parece tener es el *freemium*, es decir, el servicio básico es gratuito (*free*) mien-

SEGUROS PARA EMPRESAS



CUBRA CASI TODOS SUS IMPREVISTOS

¿Quién no ha derramado alguna vez el café sobre la mesa?

Pormenores como ese serán lo único por lo que tendrá que preocuparse desde ahora, porque Unicaja le ofrece una amplia gama de Seguros para Empresas que cubren los posibles imprevistos que pueden sucederle en el desarrollo de su actividad profesional.

- SEGUROS DE DAÑOS
- SEGUROS PERSONALES
- SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL
- SEGUROS DE CRÉDITO

Unicaja

tras que se cobra por otros más avanzados o especiales (*premium*), y es, hasta el momento, sobre el que los principales actores de MOOC en el mundo están basando su presencia.

En los MOOC, el servicio gratuito y al que se inscribe la inmensa mayoría contempla la inscripción a un curso, la descarga de la documentación obligatoria, la visualización de los vídeos y finalmente incluso unos test de evaluación. Los servicios avanzados incluirían la adquisición de libros o bibliografía complementaria (eso sí, con «descuentos especiales»), el acceso a un nivel más elevado del curso, la emisión de certificaciones de superación del curso o el acceso a servicios de tutoría con el equipo de profesores, entre otros.

Y es que el hecho de que el lanzamiento de un curso *on line* tenga unos importantes costes fijos, y que el coste marginal de incorporar un nuevo alumno sea virtualmente cero, son prerrequisitos para el éxito de estos modelos que han emergido.

Problemas de los MOOC

Sin embargo, son muchas las críticas que está recibiendo esta modalidad de educación virtual. Críticas que proceden, principalmente, de los sectores tradicionales de la educación, es decir parciales e interesadas y, en algunas ocasiones, las críticas que se realizan son extensibles a la formación presencial. Sin embargo, no por ello deben ser ignoradas. Señalo a continuación las dos principales:

• Elevada tasa de deserción. Y esto es, fundamentalmente, por su carácter gratuito. A precio cero, demanda infinita, ya lo hemos dicho antes. ¡¡Barra libre!! Por eso mismo, detrás de las miles de personas que se apuntan a un MOOC podemos encontrar diversos perfiles, tales como curiosos por distintas motivaciones, interesados que sobreestiman su capacidad o infravaloran su tiempo disponible, etc. Pero también verdaderos interesados en la temática del curso, dispuestos a adoptar una posición activa en el seguimiento del curso (frente a la actitud pasiva, de receptor, en la formación presencial). Tradicionalmente, se ha achacado a la soledad del alumno, a la ausencia del componente relacional, que es un espléndido motivador, una de las principales causas del abandono en la formación *on line*. Mi experiencia es que el factor precio es el principal motivador con una relación positiva y casi igual a uno, es decir, cuánto más elevado es el importe de la matrícula de un curso, mayor número de personas lo finalizan de manera satisfactoria cumpliendo con sus obligaciones y superando un test de conocimientos final, prueba que en la mayor parte de los cursos para profesionales no existe.

• Certificación de que la persona que ha hecho el curso es quien dice ser. En la enseñanza presencial confirmarlo es fácil. El día de la prueba, el examinado accede solo si demuestra su identidad mediante el oportuno documento identificativo. Pero ¿cómo se hace cuando no hay presencia física? Es cierto que en este tipo de curso suele firmarse un código de honor por el que el alumno se compromete entre otras cuestiones a hacer por sí mismo las tareas del curso y a no hacerlas para otros; pero ¡ya nos conocemos! ;-). Coursera, la plataforma promovida por algunas de las instituciones educativas más prestigiosas en EEUU ha empezado a aplicar una herramienta de reconocimiento (*Signature Track*) para algunos de sus cursos. Mediante la misma, disponiendo de una webcam, un teclado físico para realizar una prueba de biometría de tecleo (*typing pattern*) y un documento identificativo (DNI, pasaporte, carnet de conducir,...) pueden certificar la realización de sus cursos, a cambio de un módico precio (en torno a 50 dólares).

Conclusión

Los MOOC requieren todavía algunos ajustes, pero han abierto una brecha en la que algunos pueden caer (quien no se sepa adaptar) por la que nuevos actores pueden entrar (por ejemplo, algunas

Principales plataformas de MOOC

- Udacity, probablemente la pionera tal y como actualmente concebimos los MOOC. Sebastian Thrun, profesor de la Universidad de Stanford lanzó el curso «inteligencia artificial» con más de 160.000 inscritos.
- Coursera, De forma casi inmediata otros dos profesores de Stanford, Andrew Ng y Daphne Koller, lanzaron dos cursos gratuitos, «Aprendizaje automático» e «Introducción a las bases de datos», a los que se inscribieron varias decenas de miles de alumnos. Poco tiempo después, la Universidad de Pensilvania y Princeton University se unieron al proyecto. Cuenta en la actualidad con 624 cursos de 108 instituciones asociadas.
- EdX, casi en paralelo el Massachusetts Institute of Technology (MIT) y Harvard University lanzan esta plataforma que cuenta en la actualidad con 32 instituciones y algo menos de 200 cursos.

En español contamos también con algunas iniciativas:

- Miriadax, que está promovido por el Banco Santander (Red Universia) y Telefónica. Actualmente disponen de cursos desarrollados por 28 universidades españolas y latinoamericanas, desde la astrofísica a la sociología. Suman en torno a 100 los cursos desarrollados y en marcha.
- Tutellus, en esta plataforma tienen cursos universidades y escuelas de negocio, públicas y privadas de España y Latinoamérica. Anuncian más de 20.000 «vídeo cursos» y MOOCS de la más variada temática.

Aunque no es una plataforma, sino un curso MOOC interuniversitario, encontramos UNIMOOC-aemprende, impulsado originariamente desde el Instituto de Economía Internacional de la Universidad de Alicante con participación de varias organizaciones y empresas españolas.

Fuente: *Afi*

editoriales pueden estar en buena posición para producir de manera eficiente cursos de formación bajo este formato). La elevada tasa de deserción es uno de los ajustes, pero que esto suceda no significa que la calidad de la formación sea baja, probablemente todo lo contrario.

Estos cursos han llegado para quedarse y el hecho de que las universidades más reputadas, en donde se localizan los cerebros sobre estrategia más brillantes estén a la cabeza del desarrollo de esta metodología de formación, que ataca directamente a la línea de flotación de su estrategia, la exclusividad, solo puede significar que:

- su objetivo es controlar su desarrollo para limitar su expansión, lo cual es cortoplacista y equivocado;
- viendo el final del modelo que les ha guiado en los últimos decenios (o siglos), quieran ser los primeros y mejor posicionados en el nuevo entorno al que, sin remisión, nos aproximamos ::