

Por qué los MOOC nunca revolucionarán la educación superior



El modelo de formación masiva a través de redes MOOC presenta muchas limitaciones y, en cualquier caso, no logra cumplir el sueño altruista de llevar la formación superior a cualquier punto del planeta. Las bajas tasas de finalización que presentan los cursos ponen en evidencia el fracaso de la propuesta, y también que la educación no es un bien exportable, susceptible de llevarse a cualquier sitio al modo de una franquicia de comida rápida.

“Imaginamos un futuro en el que todos tengan acceso a una educación, en una clase mundial, que ha estado hasta ahora disponible para unos pocos elegidos.” Esta frase formaba parte de la visión corporativa de Coursera, una de las plataformas de MOOC más grandes del mundo. A principios de esta década, los cursos masivos en línea se concibieron en una herramienta de socialización de la educación superior, que podía acercar de forma gratuita la formación de las mejores universidades del mundo a cualquier habitante del

planeta, siempre que este contase con un ordenador y una conexión a internet.

MOOC responde a las siglas en inglés *Massive Open Online Courses*, o lo que es lo mismo, cursos abiertos masivos en línea. Como indica su nombre, son abiertos, dado que, a diferencia de otros tipos de formación online, son gratuitos, y también son masivos, al poder dar acceso de forma simultánea a miles de alumnos.

Estas son las dos principales diferencias frente a la educación a través de internet tradicional, a las que habría que sumar que, en general, se busca que lleven asociado el nombre de universidades de mucho prestigio y de renombrados expertos en la materia impartida. No obstante, no todos los MOOC cumplen todas las condiciones: pueden no estar abiertos a todo el mundo y también no ser del todo gratis. Se puede decir que es un concepto maleable.

El primer MOOC que se conoce fue impartido por los expertos en innovación pedagógica George Siemens y Stephen Downes en 2008. *Connectivism and Connective Knowledge* duró doce semanas y fue seguido por 2 300 alumnos de distintas partes del globo.

El 2012 fue bautizado por el diario *The New York Times* como “el año de los MOOC”, y las plataformas de formación *online* comenzaron a multiplicarse. Una de las pioneras fue Udacity, fundada por Sebastian Thrun, un profesor de la Universidad de Stanford, después de que en 2011 su curso de introducción a la inteligencia artificial a través de vídeo fuese visto por más de 60 000 personas. edX y Coursera son otras de las grandes plataformas de MOOC, la primera, fruto de la alianza entre la Universidad de Harvard y el MIT, y la segunda, creada por profesores de Stanford.

El fenómeno MOOC no trata de adaptar la enseñanza tradicional a la tecnología; más bien, la convergencia de las tecnologías más vanguardistas -como el *big data*, la analítica e incluso blockchain- parecen converger sobre la educación superior, desafiando y poniendo en cuestión su funcionamiento hasta ahora.

Se habla entonces de disrupción, una palabra tan de moda y tan repetida en estos tiempos que a veces parece vacía de significado. Los adalides de la filosofía MOOC han llegado a afirmar que estos cursos acabarán con la universidad tal y como la conocemos, pero la realidad parece más bien otra. El fenómeno se deshinchó y cambia de orientación.

A pesar de las espectaculares cifras de inscripciones de los cursos, el porcentaje de alumnos que concluye la formación es significativamente bajo. Por otro lado, la necesidad de encontrar un modelo de ingresos sólido está llevando a las empresas que gestionan las plataformas reorientarse hacia un alumnado de posgrado que pague por hacer un MOOC.

Todo ello está poniendo en cuestión el espíritu filantrópico que guio su florecimiento, basado en sacar la formación de las universidades de élite para hacerla llegar a todo el mundo. Y, desde luego, no parece que este sistema vaya a acabar con la universidad que conocemos.

Los MOOC en cifras

El mundo de los cursos masivos *online* presenta unos números impresionantes. De acuerdo con Class Central, a finales de 2018 habían superado globalmente los 100 millones de alumnos. Por otro lado, más de 900 universidades de todo el mundo tienen en marcha o planean tener MOOC. Finalmente, el número de cursos en marcha o en proyecto asciende a 11 400, de los cuales 2 000 fueron lanzados el pasado año.

Las principales plataformas en este campo son Coursera, con 37 millones de usuarios registrados, edX (18 millones), XuetangX (14 millones), Udacity (10 millones) y FutureLearn (8,7 millones).

Por desgracia, no existen demasiadas estadísticas sobre el grado de eficacia de este tipo de formación. Entre 2012 y 2013, la Universidad de Pensilvania realizó un estudio con más de un millón de personas inscritas en MOOC de la propia universidad, ofrecidos a través de la plataforma Coursera. Los resultados obtenidos no fueron demasiado positivos: la tasa de finalización media era del 4%, oscilando desde el 2% de algunos cursos, hasta la más favorable del 14%. Adicionalmente, aproximadamente la mitad de los alumnos registrados vieron al menos el vídeo de una conferencia de su curso, lo que implica que la otra mitad no llegó a ver ninguna.

La investigadora Katy Jordan de la Open University realizó una investigación similar en 2015, tomando como muestra 221 MOOC de distintas plataformas. Sus resultados son algo mejores que los anteriores, pero igualmente decepcionantes: la media de finalización se sitúa en torno al 15%, si bien en algunos casos extremos de cursos concretos puede alcanzar hasta el 40% del alumnado.

¿Cuál es el problema?

El principal síntoma de que algo no funciona en este modelo educativo son los bajos porcentajes de alumnos que culminan todo el proceso de formación. Las estadísticas demuestran que la participación del alumnado cae en picado después de la primera semana.

Algunos achacan este fenómeno a la falta de interacción que caracteriza este tipo de enseñanza; otros a que el alumno extrae los materiales didácticos que le interesan sobre el tema en cuestión y luego abandona. Otro factor contraproducente puede ser la gratuidad de los cursos. Generalmente, tendemos a valorar menos aquello que se nos regala y, parece ser, que las experiencias en las que se ha cobrado una cantidad al alumno, por pequeña que haya sido, han cosechado tasas de finalización algo más altas. Por otro lado, las titulaciones obtenidas en formación online todavía hoy son consideradas como menos valiosas que las que otorga la educación presencial.

Sin embargo, el verdadero problema subyacente detrás de las altas cifras de abandono es sin duda la falta de motivación del alumnado, que le impide seguir el curso hasta el final y completarlo. Y esto nos lleva a preguntarnos, ¿quiénes son los alumnos que acaban los MOOC?

El perfil del alumno

El espíritu que inspira el formato MOOC ha sido el llevar la educación de calidad a cualquier persona de cualquier lugar del mundo, independientemente de su condición. La tecnología actual lo permite sin problemas. El resultado debería haber sido que miles de personas, gran parte de ellas de países en desarrollo, habrían accedido a un tipo de formación que de otra forma les hubiese estado vedada.

Pero la realidad es muy otra: los alumnos que realmente aprovechan y finalizan los MOOC son mayormente personas de países desarrollados, con un elevado nivel de educación –a menudo con un grado universitario–, y con un empleo, cuya finalidad al emprender este tipo de curso es mejorar laboralmente o satisfacer una inquietud intelectual. Estos fueron los resultados de una encuesta dirigida por Gayle Christensen de la Universidad de Pensilvania en 2013.

Otra investigación llevada a cabo en 2014 por Jennifer DeBoer en el MIT llegó a una conclusión parecida. En este caso, se trataba de conocer el perfil de los alumnos de éxito en los MOOC del instituto impartidos a través de la plataforma edX. Aquellos que destacaban eran los que partían de un nivel intelectual superior, es decir, aquellos que ya tenían logros académicos antes de iniciar el curso.

Para Philip Dawson de la Universidad de Monash, la tasa de retención del alumno en los estudios superiores depende en gran medida de lo que él denomina habilidades académicas y la capacidad de autogestionar el

trabajo.

Como es lógico, alguien que haya pasado por un entorno universitario habrá desarrollado dichas cualidades y recibirá una experiencia completamente diferente de una persona que no tenga formación superior, al estudiar un MOOC.

El estudiante novel necesita un apoyo para realizar su formación online que no es compatible con la propia filosofía de los MOOC. En opinión de Dawson, si se ofrece el acceso a formación superior de calidad sin los debidos servicios de apoyo, no se está dando ninguna oportunidad a los alumnos con menos antecedentes académicos.

Tecnología vs pedagogía

Uno de los fallos que cometieron las plataformas de MOOC fue pensar que estaban innovando en el campo de la educación superior, cuando realmente lo único que estaban haciendo era aplicar la tecnología al formato clásico de la clase magistral.

Robert Ubell, del Tandon School of Engineering de la Universidad de Nueva York, defiende que los creadores de Coursera, Udacity o edX, no estaban familiarizados con las últimas tendencias en innovación pedagógica. Centraron sus esfuerzos en el campo tecnológico, pero no advirtieron, en palabras de este experto *“la revolución pedagógica que estaba teniendo lugar en las universidades de la nación”*. De esta forma, ignoraban que numeroso personal académico, además de unos alumnos cada vez más tecnológicos, mostraban un rechazo creciente hacia la lección magistral tradicional y buscaban nuevos medios de enseñar y aprender. También parecían no haber reparado en todo el conocimiento acumulado sobre formación *online* durante dos décadas, desde la llegada de internet.

Las tendencias educativas actuales abogan por el aprendizaje activo, que exige un compromiso y una implicación por parte del alumno, y que difiere enormemente del modelo de aprendizaje pasivo basado en escuchar lecturas, propio de los MOOC clásicos.

La “mcdonalización” de la educación superior

Los MOOC han tratado de llevar la educación superior a regiones del mundo donde gran parte de la población no puede acceder a ella. Cualquiera con un acceso a internet puede acceder, dado que se ofrecen online y de forma gratuita.

No obstante, muchos educadores partidarios de este modelo parecen haber sido cegados por el altruismo que conlleva la iniciativa, y no han sido conscientes de las incongruencias que incorpora. Miles de alumnos de distintas partes del mundo, con niveles formativos distintos y pertenecientes a entornos y realidades diferentes, siguiendo las charlas de un mismo ponente y estudiando con los mismos materiales. No es raro que, con esa diversidad de orígenes y situaciones, las tasas de abandono sean tan altas.

Jason Lane y Kevin Kinser han popularizado el término *“mcdonalización”* para referirse a los MOOC. Al igual que la conocida cadena de comida rápida, que difunde a todo el mundo por igual las típicas hamburguesas de Estados Unidos, los cursos masivos centralizan la producción de conocimiento y la expanden unidireccionalmente, del centro a la periferia, a todas partes por igual, sin tener en cuenta las características intrínsecas de cada región del mundo, ni sus necesidades específicas. Ofrecen exactamente los mismos conocimientos del mundo desarrollado a todos los lugares.

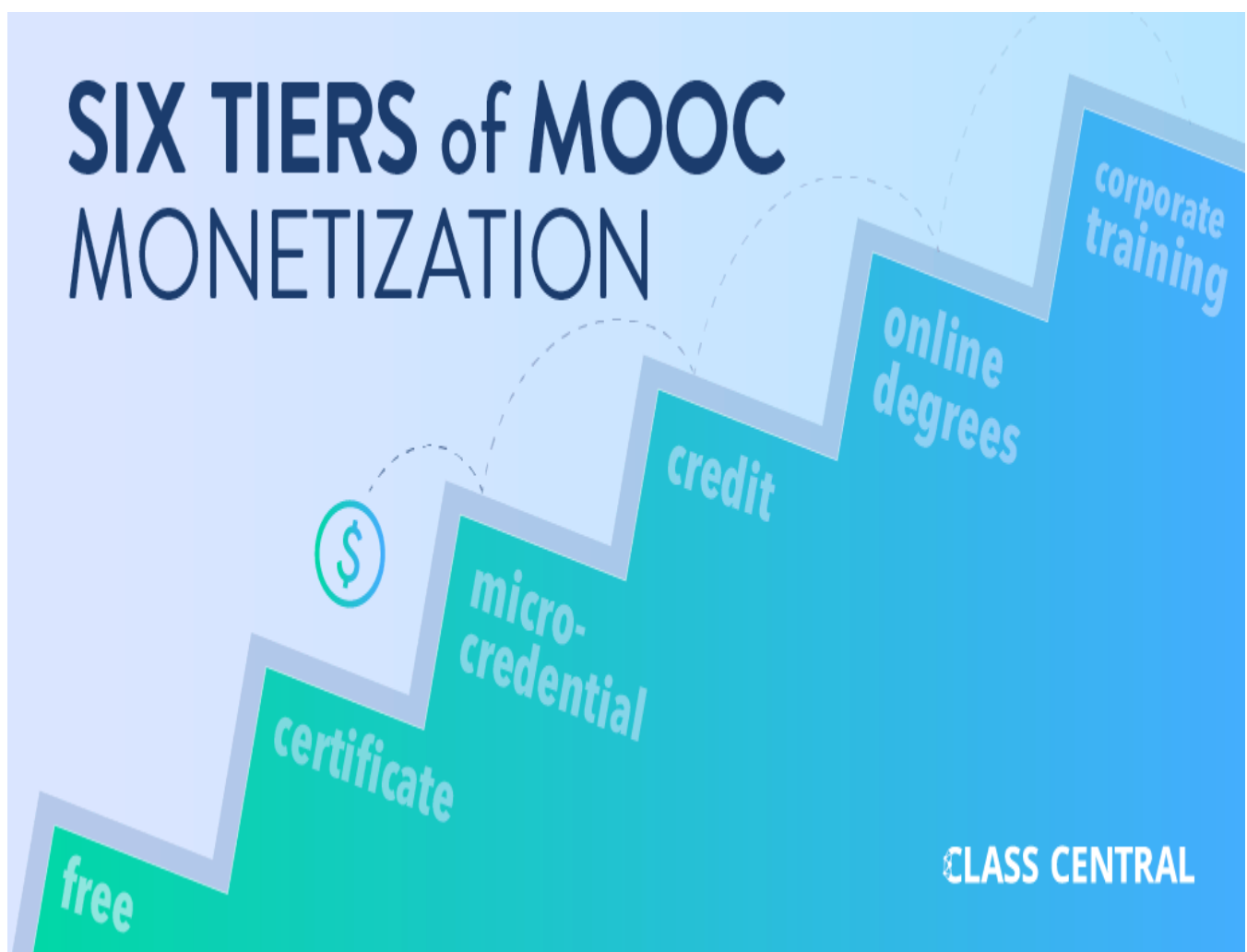
La principal crítica a este modelo es que no hace nada por el intercambio cultural o el impulso de la colaboración entre las distintas partes del globo. Como en el caso de McDonalds, la globalización ha llevado a

que en todas partes se consuma lo mismo, incluyendo la educación superior, lo que aporta menos de lo que podría al desarrollo de regiones más desfavorecidas.

Evolución: monetización y especialización de graduados

Los análisis más recientes aprecian una evolución de la filosofía altruista con la que nacieron los MOOC hacia otra más pragmática y apegada a la monetización de los cursos. Los investigadores del MIT Justin Reich y José A. Ruipérez-Valiente así lo anuncian en un reciente trabajo que lleva el descriptivo título: de querer formar al mundo a los grados profesionales online. Su trabajo concluye que los MOOC no van a transformar la educación superior, pero opinan que tampoco van a desaparecer. Lo más probable es que se conviertan en *“soportes para nichos específicos en sistemas educativos ya existentes”*, afirman los autores.

Por su parte, Dhawal Shah, CEO de Class Central, ha identificado hasta seis niveles que llevan a la monetización de los MOOC. Estos implican la evolución del primer nivel, el completamente gratuito, hacia diversas formas con rasgos distintos que incluyen un coste para el alumno. La oferta gratuita supondría el anzuelo para atrapar al alumno y luego trasladarle a alguna modalidad de pago.



Por encima de la gratuidad se encuentra la emisión de certificados. Para obtener un certificado específico del curso realizado, el alumno debe pagar una cantidad de dinero.

El tercer estrato es el de la microcredencial, un certificado de haber realizado un programa compuesto de muchos cursos. Un paso más arriba -y por un mayor precio- el estudiante puede recibir créditos universitarios,

que puede utilizar en el sistema universitario tradicional.

El siguiente nivel es el grado *online*, en el que la universidad se implica mucho más, ofreciendo servicios adicionales, como tutorías, asesoramiento o apoyo en la preparación de exámenes, intentando reproducir de la manera más fiel posible la formación presencial en el campus.

Finalmente, un fenómeno emergente es el de los MOOC destinados a la formación corporativa, que promete ser una importante fuente de ingresos y actividad para las plataformas que ofrecen estos cursos.

Fotografía de portada de [Pexels](#)