
Nuevos Paradigmas para la educación en línea

Reflexiones de una universidad 100% virtual

Fernando A. Senior Canela, Ph.D.

Senior Learning
www.fernandosenor.com
fernando@fernandosenor.com

¿Cómo logra una institución de educación superior crear una maestría en administración de empresas (MBA) 100% en línea, con calidad, en 15 meses, dialogando con y respondiendo a las necesidades de las empresas, con una experiencia educativa centrada en el alumno, requiriendo proyectos de aplicación inmediata al trabajo y ofreciendo coaching profesional que le permita al alumno reposicionarse y alcanzar mayor impacto dentro de su empresa? La respuesta es compleja.

El presente estudio ofrece un análisis de una institución virtual, del programa implementado, del proceso y, lo más importante, de los paradigmas (supuestos o formas de entender y proceder) que permitieron concretar exitosamente esta iniciativa. Rescatamos las lecciones que puedan ser útiles para aquellas instituciones buscando ser efectivas en este nuevo domino.

La importancia de los paradigmas

En su manuscrito, *La estructura de las revoluciones científicas*, el filósofo de las ciencias, Thomas S. Kuhn, presenta un tratado sobre la importancia de los paradigmas en el avance del conocimiento y la ciencia.¹ Los paradigmas constituyen supuestos compartidos, mismos que permiten a una comunidad científica investigar varias aristas de un mismo problema, pero desde una serie de reglas o parámetros comunes.

El análisis de Kuhn es de gran utilidad para entender los procesos de cambio e innovación en cualquier disciplina, incluyendo el tema que nos compete, la silenciosa revolución educativa que está provocando la educación a distancia vía Internet en instituciones de educación superior o centros de capacitación en empresas privadas.

Para nuestros propósitos, nos limitamos a resumir algunas de las cualidades de los paradigmas y su relevancia al cambio.

- A. Una comunidad no puede practicar su disciplina sin una serie de creencias compartidas.
- B. Los paradigmas nos ofrecen reglas y modelos a seguir que incrementan nuestra posibilidad de éxito para resolver ciertos problemas.
- C. Cuando los paradigmas existentes dejan de ser efectivos para garantizar la solución de problemas, se produce una crisis, y ésta, a su vez, da paso a la formulación de nuevos paradigmas.
- D. Cuando los nuevos paradigmas cambian, los anteriores se convierten en obsoletos.
- E. Todo nuevo paradigma ofrece una *promesa* de éxito.

Considerar nuevos supuestos (paradigmas o teorías) implica un gran esfuerzo, puesto que se debe revalorar los datos y los supuestos previos. Por lo mismo, es frecuente que las comunidades se resistan a considerar

¹ (Consultar la página del profesor Frank Pajares, para una excelente sinopsis del trabajo de Kuhn: <http://www.emory.edu/EDUCATION/mfp/Kuhn.html>)

el nuevo paradigma. Como ejemplo, considere los siguientes comentarios de líderes que se han resistido al cambio:

“La teoría de gérmenes de Luis Pasteur es ficción ridícula.”

--*Pierre Pachtet, Profesor de Fisiología en la Universidad de Toulouse, 1872*

“Este teléfono tiene demasiadas limitantes para ser seriamente considerado como un medio de comunicación.

Este aparato no posee ningún valor para nosotros”

--*Memorando interno de la empresa Western Union, 1876*

“No existe ninguna razón para que nadie desee tener una computadora en su casa”

Ken Olson, Presidente fundador de Digital Equipment Corporation, 1977

“649K ha de ser suficiente memoria para cualquier persona”

--*Bill Gates, 1981*

¿Qué relación guarda el análisis de los paradigmas con la intención de instituciones de educación superior o centros de capacitación dentro de la industria privada?

Judith Calder (2000), de la Universidad Abierta del Reino Unido, nos ofrece las siguientes reflexiones:

“¿Cuántos podríamos haber anticipado el crecimiento exponencial del aprendizaje abierto el cual vemos alrededor? Lo que al principio fue visto como una forma de aprendizaje proporcionado por algunas pocas universidades internacionales que se especializan en la enseñanza a distancia, actualmente se ubica en todos los niveles de aprendizaje así como en diversas instituciones. Mundialmente existen miles de diferentes proveedores de aprendizaje abierto y a distancia, lo cual da crédito al uso del término *fenómeno global* para describir lo que pasa. Organizaciones políticas, religiosas, militares, comerciales, industriales y educativas se encuentran entre las agencias en más de 102 países que ofrecen cursos de aprendizaje

abierto y a distancia (Calder y McCollum, 1998). Sin embargo, no describimos una innovación estacionaria. Debido a que la tecnología de la información y comunicación están cada vez más disponibles, permitirá que sean probados y adoptados nuevos sistemas de entrega y que sean atraídos nuevos grupos de estudiantes. “

Creemos que las nuevas tecnologías para la educación en línea, como caballos de Troya, llegan seductoramente adornadas de *promesas* de éxito y preñadas de supuestos y sorpresas. El crear los espacios y prácticas de reflexión, en donde podamos revelar cuales son los paradigmas que están guiando nuestras acciones (a lo opuesto de cuáles son los adecuados para el reto en mano) es tanto o más importante que ocuparnos de lo que aparenta ser más práctico, visible y urgente, como lo es el manejo de la tecnología.

Consideremos que pese a la gran euforia alrededor del tema de la educación en línea, Zemsky & Massy (2004) reportan una baja en estas actividades en instituciones de educación superior en los Estados Unidos durante el año 2004. En su análisis, señalan cómo las promesas de las nuevas tecnologías están quedando insatisfechas. Por ejemplo, en principio, la educación en línea nos permite cambiar nuestra forma de aprender y de enseñar. En un curso bien integrado y diseñado, los docentes no son expositores, sino guías, diseñadores, asesores y facilitadores. Los alumnos ponen en práctica su capacidad de resolver problemas en un ambiente colaborativo, recibiendo retroalimentación puntual y frecuente, así como participando en el control de su propio aprendizaje. La realidad ha sido otra. Argumentan Zemsky & Massy que los docentes continúan operando con los mismos paradigmas del aula física, como el reemplazar cátedras por presentaciones de *Power Point*. Hay muchas razones para esto, desde la forma en que han sido introducidos a este nuevo reto, el tipo de apoyo que han recibido y el modelo de enseñanza que está implícito en las plataformas comunes de administración de cursos, como lo son *Blackboard* y *WebCT*. Pero así como podemos utilizar este ejemplo para ilustrar cuan inapropiado es abordar nuevos retos con viejos paradigmas, podríamos encontrar innumerables ejemplos entre todos los actores que participan de una oferta de educación a distancia, como lo son administradores, personal de apoyo técnico, de soporte académico y los propios alumnos o aprendices.

Por todo lo anterior, reconocemos que una participación consciente, deliberada y exitosa de la educación o capacitación en línea, requiere algo

En un curso bien integrado y diseñado, los docentes no son expositores, sino guías, diseñadores, asesores y facilitadores... La realidad ha sido otra.

más que tener preocupaciones en el ámbito de presupuestos, tecnologías y docentes formados. También requiere una reflexión exhaustiva de los supuestos con los que llegamos a este reto, así como un estudio de los nuevos supuestos o paradigmas que se requieren para un trabajo exitoso y sostenido.

El crear redes de conocimientos y prácticas, el eje central de este evento, requiere de la toma de conciencia de cuál es la estructura sobre la que vamos a colocar estos conocimientos.

Hacia la universidad virtual

Las instituciones educativas poseen una larga y diversa historia en su búsqueda por apoyarse en tecnologías educativas que permitan mejorar la calidad y el alcance de sus ofertas educativas. Esta historia incluye diversos métodos o tecnologías como la educación programada, los audiovisuales, los video discos interactivos, los multimedios, la educación vía satélite y, más recientemente, la educación en línea o vía Internet.

Epper y Bates (2004) escriben lo siguiente:

“Desde hace varias décadas los administradores universitarios han perseguido las promesas de la educación potenciada por la tecnología. En el transcurso de dicho propósito (principalmente, mejor enseñanza, mayor aprendizaje a menos costo), han superado grandes obstáculos en financiación y organización. Se han establecido redes, se han comprado ordenadores y se ha instalado *software*. Se han realizado enormes inversiones en infraestructura técnicas a escala universitaria y estatal. Pero continúa aún presente el mayor reto que presenta la incorporación de la tecnología en la enseñanza universitaria: el desarrollo y formación del profesorado”. p. 7.

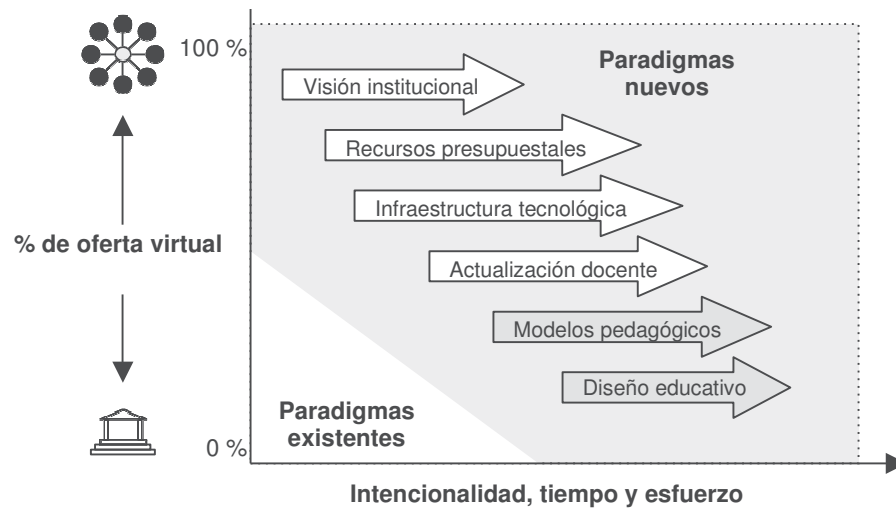
Coincidimos con Epper y Bates (2004) en señalar la importancia de las estrategias administrativas, presupuestales y tecnológicas para la efectiva implementación de las iniciativas de educación a distancia en línea.

También hemos vivenciado, en diversas instituciones de educación superior y centros de capacitación en los Estados Unidos y Latinoamérica, cuán estratégico es el tema de la formación y apoyo docente en la adopción efectiva de estas nuevas tecnologías. Sin embargo, también consideramos que para entender y dominar el proceso de innovación que representa la oferta de cursos y programas en línea, es imprescindible analizar los nuevos paradigmas que están implícitos en la adopción de estas nuevas tecnologías y contrastarlos con los que han guiado la práctica educativa hasta el presente.

Así como la adopción de la telefonía celular ha cambiado sustancialmente las reglas de cómo nos mantenemos comunicados, la capacidad de instituciones tradicionales de educación superior a extender su oferta educativa en el ciberespacio, cambia significativamente las reglas o paradigmas de todo lo que es y ha sido la institución: el proceso de enseñanza-aprendizaje, la administración, el soporte a alumnos y docentes, el liderazgo administrativo y académico, la captación de alumnos y docentes y las inversiones en infraestructura física, entre otros.

En la Figura 1 resumimos los factores y contextos que tradicionalmente caracteriza el esfuerzo de instituciones de educación superior por adoptar nuevas prácticas y tecnologías que le permitan incrementar su presencia o participación en la oferta virtual global. A esta gráfica, agregamos los elementos que, a nuestro juicio, siguen por recibir la atención que ameritan para realizar el potencial que albergan estas nuevas tecnologías.

Figura 1. Elementos que inciden en la *virtualización* de la oferta educativa



Como ilustramos en la Figura 1, reconocemos los factores que frecuentemente se consideran la gestión de incrementar la oferta virtual de instituciones de educación superior *tradicionales* (utilizamos el término solamente para identificar a las instituciones presenciales con una planta física). En adición, deseamos resaltar (en color gris) la importancia de algunos de los nuevos cambios paradigmáticos requeridos en el quehacer universitario, así como la consideración de otros factores, como lo son las cualidades de modelo pedagógico y el rol del diseño educativo o instruccional en la articulación de una oferta educativa en línea.

Proponemos, para su consideración, que la realización del potencial de la educación a distancia en instituciones de educación superior logrará realizarse y madurar sólo en la medida que se reemplacen los paradigmas (o reglas) convencionales. De lo contrario, la simple adopción de la tecnología no permitirá que la inversión física y presupuestal logre producir los resultados deseados, como ha sido la historia de otras tecnologías educativas (laboratorios de multimedios y salas de videoconferencia).

Figura 2. Proceso de adopción a la innovación.

Como se ilustra en la Figura 2, el proceso de adopción de una innovación, como lo representa el uso de nuevas tecnologías en la educación, frecuentemente sigue cierto patrón evolutivo. A una práctica convencional (Ej. la educación mediante cátedras y pruebas escritas), se intercalan y contraponen las prácticas de individuos que incursionan en el uso de otros métodos y tecnologías (Ej. Los medios audiovisuales, ejercicios y recursos en el Internet, enseñanza en base a problemas, etc.) A estos individuos se les denomina en la literatura como adoptadores tempranos (*tempranos* en el sentido de anticiparse a una práctica y cambio paradigmático que posteriormente será adoptado por otros, como el uso de celulares, lentes de contacto y microondas). Los éxitos de los adoptadores tempranos eventualmente logran contagiar a otros grupos. En el caso de la oferta de cursos en línea, con frecuencia, esta adopción se hace por programa, departamento o facultad.

Eventualmente, la actividad e intención declarada por parte varios grupos provoca la necesidad de una estrategia institucional para abordar las necesidades de presupuestos y recursos comunes. Es cierto también, que en algunas ocasiones existe una visión institucional que es la que impulsa la adopción de una innovación.

Para efectos de nuestro análisis, no importa cuales es el orden de estos factores: si los docentes llevaron a la institución al cambio o si la administración llevó a los docentes al cambio. Lo que nos incumbe en esta ocasión, es el análisis del proceso evolutivo de un cambio paradigmático que implica “descubrir” y entender las nuevas reglas del quehacer educativo en línea.

Resaltamos que las implicaciones que esta nueva tecnología tendrá, en lo que ahora conocemos como instituciones de educación superior, será mucho más transformadora que otras tecnologías no-distribuidas, como multimedios o audiovisuales.

Resaltamos que las implicaciones que esta nueva tecnología tendrá, en lo que ahora conocemos como instituciones de educación superior, será mucho más transformadora que otras tecnologías no-distribuidas, como multimedios o audiovisuales.

A continuación, compartimos un estudio de caso, de cómo se llevó a cabo la conceptualización, diseño, desarrollo e implementación de una Maestría en administración de empresas (MBA) en una institución de educación superior 100% virtual en los Estados Unidos. Dicho análisis nos permitirá apreciar las consecuencias de adoptar paradigmas diferentes a los que normalmente rigen el quehacer en nuestras instituciones tradicionales de educación superior. Rescataremos las lecciones o implicaciones que este caso nos pueda dejar para aquellas instituciones que ya han emprendido o piensan emprender el camino hacia el mundo virtual.

Estudio de caso: Capella University

Características de una universidad 100% virtual

Iniciamos nuestro estudio de caso sobre el MBA virtual, describiendo el contexto de la institución en donde se desarrolla el mismo, Capella University, una institución 100% virtual con sede en la ciudad de Minneapolis en los Estados Unidos.

Aunque esta institución, por su visión, cultura, estructura, procesos, oferta, plataforma tecnológica, población de atención, y resultados representa un extensivo e interesante estudio de caso por sí solo, nos limitaremos a resumir sus principales cualidades para proveer un contexto al caso que nos atañe.

Capella University nace en 1993 como una institución de educación superior con fines de lucro, enfocada a la oferta de postgrado a distancia para personas de edad adulta y con determinada experiencia laboral. Si bien su oferta educativa inició con un modelo de estudio independiente por correspondencia, la adopción posterior de una plataforma tecnológica para la educación vía Internet transformó, tanto la oferta educativa como a la institución misma.

Actualmente, Capella University cuenta con más de 7,000 alumnos dispersos en más de cincuenta países (aunque la mayoría residen en los

Estados Unidos), agrupados en cinco facultades y con una edad promedio de 45 años. Su centro de operaciones alberga a su personal administrativo, de liderazgo académico y de soporte (académico, de negocios, operativo y tecnológico).

Al contrario de una universidad tradicional, no existen auditorios, áreas verdes, estadios, bibliotecas físicas, estadios, albercas o estacionamientos. El espacio físico de la universidad son tres pisos en un edificio del centro de la ciudad. Su profesorado y alumnado reside 100% en el ciberespacio.

La descripción anterior sirve para ilustrar la presencia de paradigmas muy diferentes a los que asociamos con instituciones de educación superior y sirve de contexto para el caso que describimos a continuación.

Características del MBA@Capella

¿Qué implica crear una nueva oferta educativa o curso en línea? La respuesta a esta pregunta dependerá de los paradigmas que guían nuestro entender y proceder. Si entendemos que un curso consiste de un proceso de estudio independiente, caracterizado por la lectura de un número determinado de textos, las respuestas a preguntas de análisis, la redacción de ensayos y/o la toma de pruebas escritas, tendremos como resultado un tipo curso. En cambio, si adoptamos un modelo de aprendizaje centrado en el alumno y en sus desempeños, las estrategias, supuestos y criterios que guiarán el proceso de diseño de cursos y programas serán completamente diferentes.

En la Tabla 1 resumimos algunas de las diferencias entre las prácticas en instituciones convencionales en las que ha colaborado el autor y las prácticas seguidas en el caso Capella. Este análisis no pretende ser exhaustivo, sino ilustrativo.

Tabla 1. Contrastes entre la experiencia en instituciones tradicionales y una institución virtual.

Aspecto	Institución Tradicional	Caso Capella
Revisión curricular	La revisión curricular puede darse como consecuencia de un gradual proceso de actualización de libros de texto, la incorporación de docentes con diferentes formaciones y/o la incorporación de nuevas prácticas o conceptos en el mundo laboral.	La revisión curricular es detonada por el área de estrategia de negocios de la institución a raíz de una baja en la matrícula y un alza en la oferta de otros MBA virtuales. El reto planteado es cómo diferenciar la oferta de este programa ante la creciente competencia.
Equipo curricular	El equipo de revisión curricular frecuentemente se compone de docentes en el área académica.	Se crea un equipo multidisciplinario con integrantes de tres áreas: Estrategia de Negocio, Diseño Instruccional y Facultad de Administración de Empresas.
Oferta curricular	La oferta curricular se formula a partir del juicio de un panel de docentes, expertos en la disciplina, sobre qué cursos y temas deben incluirse en la nueva revisión.	<p>La oferta curricular viene a ser el producto de dos intensos procesos en paralelo.</p> <p>El primero, liderado por el área de Estrategias de Negocio, incluye un estudio de mercado con una muestra representativa de líderes de empresas. Con estos líderes se investiga qué tipo de competencias gerenciales son requeridas en los mandos medios y qué características debe ofrecer una oferta educativa efectiva y atractiva.</p> <p>El segundo proceso, liderado por el área de Diseño Instruccional, busca formular un modelo educativo basado en competencias y 100% virtual. Inicialmente se trabaja con el líder de la facultad de Administración de Empresas.</p> <p>Posteriormente, la solución a la oferta curricular y el modelo de enseñanza surge de un grupo autonombrado compuesto por el líder de diseño instruccional, un asesor externo (antiguo decano de cuatro facultad de Administración) y un docente de la facultad, creador del programa de licenciatura en esta institución.</p>
Proceso y estructura administrativa	Las nuevas ofertas académicas se amoldan a los procesos y la estructura administrativa existente.	La nueva oferta académica reta, altera o reinventa los procesos administrativos (Ej. inscripciones, matrícula, asistencia económica, revalidación de créditos, duración de cursos, etc.) y crea nuevas estructuras administrativas

		y docentes.
Modelo de enseñanza y aprendizaje	Tradicionalmente centrado en contenidos a cubrir y en el docente. Rara vez se persigue un proceso de aprendizaje que sea característico de la institución e el programa (Ej. enseñanza en base a problemas).	Modelo centrado en el alumno y en lo que este será capaz de demostrar al término de un curso y programa. Los contenidos se convierten en medios para alcanzar los retos planteados.
Evaluación del aprendizaje	El desempeño es evaluado mediante ensayos, participación o asistencia a clases, exámenes parciales y finales, tareas y proyectos.	Cada curso plantea un reto profesional que requiere poner en práctica los contenidos aprendidos dentro de un contexto laboral. Por ejemplo, un curso en mercadotecnia requiere la elaboración de una estrategia de mercado para un nuevo producto o servicio dentro del espacio laboral del alumno. Las tareas, lecturas y actividades del curso constituyen eslabones del producto final. De igual manera, se evalúa la participación en discusiones y la retroalimentación a pares.
Diseño de cursos	Los cursos a diseñar son asignados a docentes que muestran interés o, en ocasiones son impuestos a su carga docente. Como en la experiencia presencial, este es un proceso individual y aislado. [Bates (2000) los denomina "Llaneros solitarios"]. A lo más, el docente recibirá una introducción técnica a la plataforma seleccionada por su institución o facultad (cuando hay múltiples plataformas en competencia).	El diseño de cursos está a cargo de un equipo multidisciplinario, liderado por diseñadores instruccionales calificados. Docentes o consultores con experiencia son seleccionados para proveer una propuesta de actividades y contenidos para cada curso, sujetos a la asesoría de los diseñadores instruccionales y los lineamientos del modelo educativo articulado por el "Equipo de los tres". En su momento, los diseñadores instruccionales integrarán a otros actores en proceso, como diseñadores gráficos, productores de audio/video, productores de multimedia, programadores y editores, entre otros.
Selección, inducción y apoyo docente	Los docentes llegan a formar parte de la planta mediante postulación, recomendación o exigencia administrativa de apoyar la nueva iniciativa en línea. Su inducción y apoyo puede variar desde nula hasta cursos de inducción sobre la plataforma tecnológica y la docencia en línea.	Los docentes son elegidos como resultado de una búsqueda de talentos, independientemente de su ubicación geográfica. Participan de un proceso de inducción grupal e individual, presencia y a distancia que procura ponerlos en antecedentes sobre las cualidades de la experiencia educativa. Se les provee un foro virtual previo a, durante y al término de todas las secciones de un mismo curso. De esta forma, las dudas, retos o necesidades que surjan durante la implementación del programa, puedan ser puestos en un foro común. Pueden intervenir en estas discusiones

		<p>todos los docentes que participan en el programa, así como administradores, asistentes administrativos de la facultad y los diseñadores instruccionales que participaron en el diseño de los cursos. El resultado es una experiencia uniforme para docentes y alumnos, así como una práctica de mejora constante.</p>
Liderazgo del proceso	<p>El liderazgo tiende a estar vinculado a la estructura jerárquica. Por consiguiente, se convierte en un derecho adquirido con los años de servicio en la institución y el reconocimiento y de poder personal. Es centralizado, vertical y fijo.</p>	<p>El liderazgo es compartido, horizontal y situacional. Pasa de mano en diferentes momentos y para diferentes aspectos del proceso. La atención está puesta en la calidad y la puntualidad del producto.</p>
Transferencia al mundo laboral	<p>La oferta curricular está basada en un juicio académico sobre lo que el alumno debe “saber” sobre un tema o disciplina. Por consiguiente, el proceso de aprendizaje gira alrededor de los contenidos. Es tarea implícita del alumno buscar la forma de transferir este conocimiento a la práctica.</p>	<p>La oferta curricular parte del estudio directo (no especulado) del “saber hacer” requerido por el campo laboral. Se complementa con el conocimiento conceptual que ofrecen los modelos teóricos. Por consiguiente, el proceso de aprendizaje gira alrededor del “hacer”. Se le requiere explícitamente al alumno a transferir la experiencia académica a la práctica.</p> <p>Paralelo a la experiencia curricular, se le provee al alumno un espacio de <i>coaching</i> virtual caracterizado por tres espacios:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) herramientas virtuales que le permiten al alumno plantearse metas profesionales, documentar competencias a trabajar y acceder instrumentos de auto-evaluación; 2) oportunidades para realizar <i>coaching</i> entre pares; 3) y acceso a un <i>coach</i> con quien afinar las estrategias planteadas para que la experiencia académica reditúe en mayor impacto en su práctica laboral.
Uso de tecnología	<p>La tecnología se convierte en un canal más de distribución de la oferta académica existente. Provee un sustituto de las prácticas convencionales del aula presencial, como la administración de pruebas escritas, la contabilización de asistencia, el reporte de calificaciones y, sobre todo, la cátedra (pasando de</p>	<p>La tecnología agrega una dimensión estratégica para replantear, reconsiderar y reinventar la oferta y el proceso educativo. Permite ir más allá de replicar el aula tradicional de forma virtual. Por ejemplo, la competencia de dar y recibir <i>coaching</i> está sostenida tecnológicamente por el trabajo en el aula virtual, las herramientas descritas en el encasillado anterior, las evaluaciones en línea</p>

	una modalidad oral a una escrita).	completadas por el jefe inmediato, colegas y clientes del alumno, audio pregrabado ilustrando conversaciones efectivas de <i>coaching</i> y audio conferencias entre múltiples secciones del curso de <i>coaching</i> y el líder de los <i>coaches</i> para profundizar en temas estudiados y los retos particulares de los alumnos.
Inversión presupuestal	Con frecuencia, el principal rubro del presupuesto para una iniciativa de educación en línea es el de la plataforma tecnológica. Este presupuesto está destinado a adquirir las licencias o, en su defecto, crear las plataformas con personal interno. Parte de esta partida incluye el equipamiento para el personal de soporte técnico, para docentes y para la creación o actualización de salas de cómputo para alumnos.	Ya que esta es una institución virtual, no fue necesario incluir el en presupuesto de inversión, la infraestructura tecnológica y otros servicios complementarios (Ej. docentes, asesores académicos, biblioteca y librería virtual, mercadotecnia etc.). La inversión inicial del proyecto, misma que superó un millón de dólares, se destinó exclusivamente para contratar al equipo que concibió, diseñó, desarrolló y colaboró en la implementación de este programa.

Los ejemplos que aquí compartimos no logran capturar la intensidad del proceso, la magnitud del reto profesional y personal que significó este proyecto para una institución que vive una cultura de constante cambio y reinención. Sin embargo, consideramos que este breve cuadro comparativo sirve para ilustrar las diferentes prácticas y, más a fondo, cuán diferentes son los paradigmas que influyen sobre estas prácticas.

Implicaciones

Ententemos que las prácticas de cualquier comunidad están guiadas por un sistema de creencias y supuestos. La práctica de la educación en línea dentro de la comunidad de instituciones de educación está permeable a la misma dinámica de creencias y supuestos, que en este trabajo definimos como paradigmas.

Desde la perspectiva de una institución tradicional, las prácticas descritas en nuestro caso podrían percibirse como insólitas, irrespetuosas de la *tradición* académica, no correspondientes a *nuestra* realidad, mercantilistas o, en resumen, preocupantes. Si bien es cierto que esta es una institución sumamente atípica y el programa que describimos fue, a su vez, atípico dentro de esta institución, los paradigmas que están

ilustrados en nuestro caso pueden/deben ser tomados en cuenta en el intento de *virtualizar* la oferta educativa. ¿Por qué? Por que la competitividad entre las instituciones de educación superior ya no se limita a las fronteras nacionales; por que existe un abismo tecnológico entre la población de alumnos potenciales y nuestros docentes y administradores; por que la oportunidad, agilidad y flexibilidad requerida en los mercados globales también es requerida en los modelos de enseñanza y aprendizaje; por que el lanzamiento de una iniciativa de educación en línea es muy compleja y costosa para no para no ser intencionalmente y cuidadosamente exitosos en este nuevo mercado; por que en la historia de las tecnologías educativas son más comunes los casos fallidos que los casos exitosos, particularmente en el campo de la educación en línea; finalmente, por que tenemos una responsabilidad social de preparar a los líderes del mañana, lo que pasa por estar dispuestos a evolucionar nuestras prácticas y creencias.

Nuevos paradigmas

Kuhn (1996) nos advierte que a veces se requiere un cambio generacional para que entre en efecto un nuevo paradigma. El cambio de lealtades entre un paradigma y otro implica una experiencia de conversión que no puede ser forzada. Invitamos al lector a reflexionar sobre el caso presentado y a realizar su propio análisis desde su realidad inmediata.

A continuación describimos algunos de los nuevos paradigmas que hemos rescatado de este caso exitoso.

1. Elevar a calidad de urgencia estratégica las ofertas educativas y los métodos de enseñanza y aprendizaje de la institución.
2. Provocar que las revisiones curriculares y la oferta educativa responda de forma oportuna, ágil y flexible a las necesidades del mercado. Este no debe ser un dominio del área académica, sino compartido con las áreas de negocio de la institución y del sector productivo. (Casualmente, en esto consiste el modelo de la educación

por competencia adoptado por muchos países y promovido por el Banco Mundial en algunos países Latinoamericanos).

3. Superar las barreras de lenguaje que dividen y separan a los miembros de una comunidad académica dentro y fuera de su entorno. Por ejemplo, en el enunciado anterior, la frase “revisión curricular” puede abrir el diálogo entre docentes, pero también pueden cerrarlo entre administradores. En cambio, la frase “necesidades del mercado” y “sector productivo” puede abrir el diálogo entre administradores, pero pueden cerrarlo entre docentes. Estos tiempos requieren de una multiculturalidad y un multilinguismo que nada tienen que ver con idiomas, sino con la capacidad de comunicarse y colaborar con individuos provenientes de disciplinas diferentes a la nuestra.
4. Adoptar un modelo de aprendizaje que se sustente en lo que el alumno o aprendiz debe ser capaz de *hacer* como resultado de un proceso educativo, a diferencia de lo que debe *saber*. Claro está que el *hacer* está sustentado en el *saber*, pero tendemos descuidar el primero y sobredimensionar el segundo.
5. Democratizar y distribuir la responsabilidad de crear cursos y ofertas educativas entre equipos académicos, logísticos, administrativos, financieros, tecnológicos y de apoyo.
6. Adoptar e integrar la disciplina del diseño instruccional a nivel institucional para facilitar la conceptualización de estrategias de enseñanza y en el diseño de ambientes de aprendizaje. El diseñador puede ser considerado como un “partero intelectual” que asiste al experto disciplinar a crear soluciones educativas que integren los desempeños de aprendizaje esperados, los conocimientos de la disciplina en cuestión, las estrategias de enseñanza y evaluación y las posibilidades tecnológicas, entre otros factores.² Después de todo, debemos reconocer que, por lo general, los docentes, con la excepción de muchos pedagogos, son contratados por su formación y experiencia en su disciplina (Ej. ingeniería, medicina, literatura o administración), no por su formación y experiencia diseñando experiencias de aprendizaje. Brindarles un apoyo en este dominio es potenciar aún más su efectividad docente.

² Consultar la página de la organización *International Board of Standards for Training, Performance and Instruction* (<http://www.ibstpi.org/>) para una descripción del perfil de un diseñador instruccional.

7. Fomentar una cultura de liderazgo compartido, horizontal y situacional. Reconocer que la responsabilidad administrativa es independiente del liderazgo situacional que puede demostrar cualquier miembro de la comunidad institucional. La innovación no es hija del decreto ni está limitada a la jerarquía oficial.
8. Adoptar un modelo de evaluación del aprendizaje que documente las competencias adquiridas, no solo los conocimientos *acumulados*. A su vez, la práctica de la evaluación formativa y sumativa debe influenciar el refinamiento de las estrategias de enseñanza, creando de esta forma, un proceso de mejora continua.
9. Provocar en un diálogo de toda la comunidad académica (alumnos, docentes, administradores, personal técnico y de apoyo), otras instituciones y expertos para analizar, aprender de otros, entender, eventualmente, formular una postura institucional ante la educación en línea. Que sea el estudio, el diálogo interno y la asesoría entre pares y expertos, lo que guíe la estrategia de la oferta en línea y no a consecuencia de iniciativas explosivas e improvisadas por adoptar la “última” tecnología o por dejarnos seducir por las promesas de los mercaderes de las plataformas de cursos en línea.
10. Liderazgo y colaboración. Estos dos factores puede ser los más decisivos en la implementación exitosa de una iniciativa de educación en línea. Nos referimos al liderazgo y a la colaboración como prácticas individuales, no sólo como las prácticas institucionales.

Conclusiones

Muchas instituciones que ya han iniciado su oferta de educación en línea, han pasado, en primera instancia, por una etapa de resistencia al cambio seguido por una apertura gradual a esta nueva modalidad de enseñanza. Habiendo dado sus primeros pasos, han podido vivenciar de primera fuente, cuan complejo puede ser este nuevo mercado (Ej. Kemsy & Massy, 2004).

Davies (2001) ofrece un valioso análisis sobre los aciertos y las vulnerabilidades potenciales que enfrentan las universidades tradicionales que deseen participar en este mercado tan competitivo.

Comenta que “para moverse a este domino de forma realista y constructiva, debe estar en su lugar, desde el inicio, una serie de fortalezas y ventajas competitivas críticas” (502). Continúa su análisis ofreciéndonos un perfil de las cualidades y las estrategias institucionales que pueden convertirse en factores de éxito o de riesgo dentro de este mercado.

Lo cierto es que, como suele suceder en el proceso de adopción de una nueva tecnología o paradigma, algunas instituciones (o individuos) estarán suficientemente abiertos y flexibles al cambio para adaptarse a las nuevas reglas y salir airoso, mientras que otras no. Basta con observar dónde han quedado aquellos que se han resistido a los cambios paradigmáticos del mercado o de la sociedad. ¿Qué sería de un médico que se rehúse a adoptar nuevas prácticas y tecnologías en su quehacer? ¿Qué sería de una institución de educación superior que hoy por hoy no actualizara sus planes de estudio, dejara de responder a las cambiantes necesidades y características de su población de alumnos potenciales, no valorara ni cultivara a sus docentes o ignorara establecer alianzas con otras instituciones?

Si bien el factor geográfico en otros tiempos pudo asegurar su matrícula, la disponibilidad de cientos de ofertas educativas a distancia dentro y fuera del mismo país (ya no digamos de la misma zona geográfica) lograrán erosionar la población de alumnos potenciales de estas instituciones. Es de entender que, cuando los paradigmas cambian, también cambian las reglas del juego.

Como hemos ilustrado en nuestro estudio de caso, para participar efectivamente en el nuevo mercado de la educación en línea se requiere mucho más que presupuestos para una inversión inicial, infraestructura tecnológica y docentes capacitados. Como un primer paso, debemos reconocer que no estamos frente a otra nueva tecnología más, sino a un cambio paradigmático que podría transformar la visión, valores, estrategias, procesos, ofertas educativas, habilidades docentes, prácticas de liderazgo y administración de las instituciones de educación superior, sobretodo en nuestro contexto latinoamericano.

Las instituciones de educación superior en Latinoamérica y la población que éstas sirven, poseen otros tipos de virtudes, así como vulnerabilidades. Son muy valiosas las lecciones que podríamos destilar de la literatura anglosajona en este tema. Las experiencias reportadas, como nuestro estudio de caso, pueden inspirar, alertar o guiar el proceso de adopción de educación en línea en suelo latinoamericano. Sin embargo, tendríamos que reconocer que estas mismas experiencias

corresponden a unas realidades sociales, culturales, económicas y políticas muy diferentes. Por ejemplo, cuando Epper y Bates (2004) argumentan que la pieza “faltante” en la oferta de educación en línea es la capacitación docente, lo hacen desde la experiencia anglosajona. Si bien es cierto que esta también es una necesidad en el contexto latinoamericano, desconoce otros retos particulares de la región, como lo son el acceso limitado a Internet, equipos de cómputo, paradigmas de enseñanza y aprendizaje y prácticas administrativas, entre otros.

En conclusión, creemos en que la oferta de educación en línea de instituciones de educación superior, así como unidades de capacitación en empresas privadas y organizaciones no-gubernamentales, provee oportunidades sin precedentes para atender necesidades de aprendizaje. En adición al reto tecnológico, presupuestal y de recursos humanos, es imperativo reconocer que esta oferta implica estudiar, reflexionar y perseguir el cambio paradigmático que implica.

Referencias bibliográficas

- Bates, A.W. (Tony) (2002). *Managing technological change: strategies for colleges and university leaders*. Jossey-Bass Publishers, San Francisco.
- Calder, Judith. (2000). Beauty Lies in the Eye of the Beholder. *International Review of Research in Open and Distance Learning*. Vol. 1 (1). <http://www.irrodl.org/index.html>
- Davies, John L. (2001). A revolution in teaching and learning in higher education: The challenges and implications for the relatively traditional university. *Higher Education in Europe*, Vol. 16 (4), pg. 501-514.
- Epper, Rhonda M. & Bates, A.W. (Tony). (2004). *Enseñar al profesorado cómo utilizar la tecnología: Buenas prácticas de instituciones líderes*. Editorial UOC, Barcelona, España.
- Kemsky, Robert and Massy, William, (2004). Why e-learning went bust. *Chronicle of Higher Education*, Vol.50 (44), pB6.
- Kuhn, Thomas S. (1996). *The structure of scientific revolutions*. (3rd Ed.). University of Chicago Press. Chicago.