

La educación en línea es el futuro

“La riqueza de las naciones depende de la calidad de la educación” es una de las conclusiones que el Dr. Michael Shinagel, Decano de la Escuela de Extensión de Harvard explicó durante su ponencia en el Seminario “El futuro de la Educación Superior” organizado por la Universidad Hispanoamericana de Costa Rica.

A criterio del Dr. Shinagel se debe flexionar sobre los conceptos “enseñar y aprender” que tienen nuevos enfoques en las principales universidades a nivel internacional. “¿Qué es una buena enseñanza?. Al memorizar se olvidan conceptos de aprendizaje, ¿cómo resolver problemas?. ¿Cuál es la mejor forma de aprender?. Igualmente ¿cuál es la mejor forma de enseñar?. Es necesario replantearlo”, puntualizó el consultor sobre la educación superior en los Estados Unidos y a nivel internacional.

En el siglo pasado, los estudiantes si necesitaban consultar un libro tenían que ir a la biblioteca de la universidad, donde el profesor atendía la inquietud al revisar el texto. La charla era la forma de educar. El alumno tenía que memorizar.

“Ahora ya no hay bibliotecas. Los estudiantes consultan en internet. Hay una abundancia de información. El problema es ¿cómo escoger?, ¿qué es buen conocimiento?, ¿cómo accedemos a ese conocimiento? y ¿cómo lo usamos?. Es aquí, dónde se está dando la revolución en Costa Rica, Estados Unidos, Inglaterra, en todo el mundo” señaló el Decano Shinagel cuya escuela tiene una población de 20 mil estudiantes provenientes de los Estados Unidos y de otros 120 países, lo que la ubica como uno de los centros de extensión educativa más exitosos.

Por esta razón, el Dr. Shinagel insiste que la acreditación es clave para los centros de estudios superiores. Además, “para la economía y el desarrollo social se requiere de empleados con destrezas que van a desarrollar nuevos negocios y la producción de nuevo conocimiento”.

Sin embargo, señaló que la corrupción puede destruir el potencial de un país. Es necesario hablar de acreditación e integridad como elementos claves dentro de la educación.

Este profesor de Literatura Inglesa del Siglo XVIII recalzó que la educación virtual tiene un futuro que aún no ha sido explorado y es una revolución real.

“Microsoft y el Instituto Tecnológico de Massachusetts se han convertido en un proveedor de cursos gratuitos en línea. Cada universidad ha invertido 30 millones de dólares. Las grandes universidades a un clic. Una colega mía hizo un curso de introducción a las ciencias de la computación y se matricularon 130 mil estudiantes de todas las partes del mundo. Solo 10 mil terminaron el curso. ¿Cuál es el valor de esos cursos?. La vanguardia. Cada uno tiene un valor de 250 mil dólares para ponerlo en línea, es mucho dinero pero el potencial es enorme” detalló Shinagel, quien asegura que este modelo desplaza con rapidez el sistema tradicional de las charlas.

En este proceso participan psicólogos para estudiar ¿qué formas de educación son efectivas? y ¿cuáles no?. Y desde la perspectiva del estudiante o profesor pueden mejorarse.

Para continuar con el modelo, la Universidad de Harvard lanzará un proyecto para poder recaudar 6 billones de dólares con el objetivo de enseñar y aprender. Luego, les proporcionarán a los estudiantes las mejores prácticas.

La noción de aprendizaje en línea de los centros estudios provoca poca interacción emocional del estudiante, quien señala sentir molestia al tener que relacionarse con otras personas.

“Esto afectará la educación de las personas. Es una revolución que no sabemos hacia ¿dónde nos lleva?. La educación será distinta. La competencia no son las universidades privadas o públicas. Deben considerar que los estudiantes pueden obtener un título en línea. La educación virtual se va a triplicar en 10 años, más en los países desarrollados”.

En relación a la investigación universitaria, el Director de la Escuela de Educación Continua de Harvard recalzó es necesario contar con el equipo.

También, analizar la planificación estratégica si se ha alineado con el ambiente para garantizar que el aprendizaje es lo que necesita la sociedad. De ahí, la importancia que la universidad tenga un contacto con el sector público y privado para trabajar en conjunto.

Otro punto importante son las historias de éxito, los casos que los estudiantes busquen emular. Paralelamente, los modelos de negocio de las universidades deben ser más eficientes. Los cursos pueden tener 600 a 700 alumnos inscritos, pero la calidad y la atención al estudiante ya no es la misma.

“Las actitudes de los estudiantes ha cambiado. Son más exploradores, empresarios, emprendedores, buscan un mejor salario y tener un negocio. Buscan carreras más fáciles, son más activos, deciden lo ¿qué pasa? y quieren de la Universidad una mejor contribución a la sociedad por medio de un invento o con una conciencia social global al tener más estudiantes en política”.

Por esta razón, el experto explica que los analfabetos no serán aquellos que no saben leer o escribir, sino aquellos que dejan de aprender o volver aprender.

Para el Dr. Shinagel es la jubilación es una asunto que lleva a la reflexión. Costa Rica se ubica entre los países con mejor expectativa de vida.

” La gente se jubila a los 55 a 60 años. Una de las cosas que se está perdiendo es el capital humano. Se debe hacer un mejor uso de la persona que se jubila. Hace falta opciones en salud pública que personas con tanta experiencia y conocimiento puedan contribuir y compartir. Costa Rica es un país pequeño que pueden pasar cosas buenas y pueden ser la gran democracia brillante en Centroamérica”. Con este pensamiento, el expositor estadounidense invitó a los asistentes a realizar los cambios necesarios desde sus puestos o trabajos.

El éxito de la comunicación

Comunicar es esencial en todo quehacer profesional. Sin embargo, existen ejecutivos o académicos que no consideran clave la forma en que interactúan con su público. Para la Máster Marjorie North, profesora de la Escuela de Extensión de Harvard este es un grave error. “Las personas desconocen que cuando comunican su mensaje el 55% es corporal y visual; 38% es el tono de su voz y el 7 % restante son las palabras que usa” reveló la experta durante el Taller Técnicas Avanzadas de Comunicación Efectiva 1 y 2 que impartió por una invitación de la Universidad Hispanoamericana de Costa Rica.

Otro de los problemas es el manejo de los nervios. Para ello, recomienda concentrarse en el mensaje. “Unos minutos no pienso en mí misma sino en ¿cómo voy a transmitir el mensaje?. Esto lo llamo un chequeo del cuerpo. ¿Cómo estoy parado?. ¿Cómo coloca los pies?. Si tiene una buena postura para enfrentarse al público y sacar sus notas” insistió North, quien es consultora de altos ejecutivos, empresas bancarias y políticos norteamericanos.

Estos elementos junto con honestidad, capacidad de respuesta, consistencia, confiabilidad y ser precavido son esenciales para que el expositor logre credibilidad. Sin ella, el profesional no puede lograr confianza ni respeto ante su público.

“Una de las cosas que compra la credibilidad es una comunicación simple, directa y eficiente. Toma tiempo edificar la credibilidad. Es el cimiento de todas las relaciones humanas fructíferas. Es la piedra angular de la comunicación, del trabajo en equipo y el respeto mutuo”. La estructura como presente el mensaje es determinante. La experta da varias recomendaciones. Por ejemplo: un punto para atraer la atención, el enunciado de credibilidad, un elemento emocional y por último, un resumen de ideas.

Si en caso de que la persona se pregunte ¿cómo hacerlo?. North sugiere escribir el tema, concretar el propósito general como informar, entretener o persuadir. Una vez definido, indicar solo un propósito para poder lograr convencer a la audiencia. Luego, la idea central y aspectos secundarios que fuerzan el objetivo principal.