



La universitat en els temps de les plataformes

Faraón Llorens Largo
Càtedra Santander-UA de *Transformació Digital*
Universitat d' Alacant

Els gurus tecnològics, en les xarrades motivadores, comenten amb orgull que l'empresa que més allotjaments ofereix (*Airbnb*) no té immobles propis, la que més desplaçaments personals opera (*Uber*) no té vehicles propis i la que més productes ven (*Amazon*) no produeix res, entre molts altres exemples. Copiant aquest discurs, els gurus *EdTech* pronostiquen que la plataforma que més estudiants atendra no tindrà professors, ni aules, ni tan sols campus universitari. Alguns diran que sí, que no tindran aules físiques, però sí virtuals i pot ser que comencen a aparèixer campus universitaris en el metavers.

Les universitats hem de ser conscients que s'han incorporat nous equips a la lliga de la formació. I que la competència ja no vindrà exclusivament de la universitat veïna, ni tan sols de les universitats online i a distància. És possible que arribe de fora de l'àmbit educatiu, ja que en l'era de la disrupció digital és molt fàcil travessar fronteres i que una empresa aprofite la seua posició privilegiada en el mercat (usuaris, dades, eines i estratègia digital) per a moure's a una altra àrea de negoci. Segons la llei d'Amara, tendim a sobreestimar els efectes d'una tecnologia en el curt termini, però subestimar el seu efecte en

el llarg termini. Les universitats haurem d'estar atentes per a no caure en l'error de subestimar l'efecte de la plataformització de l'aprenentatge en el mitjà i llarg termini.

El objectiu principal de les plataformes tecnològiques és captar la nostra atenció, que passem el màxim temps possible connectats a elles (el negoci els ve d'això), però l'atenció és un bé escàs i han de competir per ella. Per tant, s'han especialitzat no tant a organitzar la informació com podríem pensar, sinó a gestionar la nostra atenció. Solen basar-se en algun aspecte diferencial sobre l'existent. En Twitter va ser la limitació dels caràcters, Instagram les fotografies, Tik Tok el moviment (vídeos)... Però totes acaben convergint i incorporant aquelles característiques que han vist que funcionen en les altres plataformes.

Així que en aquesta anàlisi les disseccionaré, fixant-me en aquells aspectes que considere caracteritzen a aquestes plataformes digitals: quantificació, dades, personalització, desintermediació i apps.

Aquestes característiques no són independents ni estanques, de manera que la tempesta perfecta es crea en convergir totes elles en un mateix sistema.

I les universitats, surfejaran aquestes ones o els passarà per damunt el tsunami de les plataformes tecnològiques?

És indubtable que les universitats hauran de disposar d'una plataforma integral d'aprenentatge que aprofite al màxim tot el potencial que ofereix per a una interacció àgil entre tots els seus actors (professors, estudiants, recursos educatius...). Però restringir el paper que juguen les universitats en la societat i els seus entorns al que puga fer-se en una plataforma digital és tenir una visió molt limitada (i errònia!) del que representen les universitats per a un territori. Les universitats hem tingut, tenim i haurem de continuar tenint un paper rellevant en la societat, i més encara en la societat de

l'aprenentatge. Però per a això, mantenint la nostra essència, hem de fer els deures i atendre les demandes dels temps. No podem limitar-nos a ser plataformes d'aprenentatge, però hem de relacionar-nos i interactuar amb la nostra comunitat aprofitant els enormes avantatges que aquestes proporcionen.

L'objectiu d'aquesta ponència és fer reflexionar als assistents, per la qual cosa es plantejaran més preguntes que respostes. Pot una plataforma d'aprenentatge considerar-se una universitat? Quina és l'aportació diferencial de la universitat? Anem cap a una educació presencial i experiencial per a qui puga pagar-la i una altra automatitzada i d'instrucció per a la resta?