

su propio dormitorio. Sobre el consumo de contenidos se señalan las películas con un 80,2%, seguidas de las series con un 75,6% y deportes con un 41,9%.

Esta investigación nace con una clara vocación educativa. Su propósito es acercarse a esta generación interactiva para prestar un conocimiento que fomente su educación en el buen uso de las nuevas tecnologías.

Mónica Recalde Viana. Universidad de Navarra

Eva Fernández Gómez (coord.) (2009).

U-Learning. El futuro está aquí.

Paracuellos del Jarama: Editorial RA-MA, 237 pp.

En el actual contexto de globalización, el acceso universal a la información y a la comunicación obliga a las universidades y a las empresas a alcanzar un mayor desarrollo formativo a través de un incrementado interés mutuo, que condicionará las metodologías y herramientas que podamos utilizar. Gracias a las nuevas aplicaciones tecnológicas en la formación, se ha logrado que esta última sea accesible desde cualquier dispositivo o tecnología (móvil, PDAs, TDT, Internet, etc.) y desde cualquier lugar. Esta versión tecnológica del aprendizaje general se denomina aprendizaje universal o *universal learning*. A la consolidación de este nuevo paradigma contribuye de forma acertada esta obra, coordinada por Eva Fernández y publicada en 2009, proporcionando un detallado marco conceptual y análisis teórico-práctico.

La línea de este libro se orienta tanto hacia la investigación como a las empresas y a los usuarios, ya que, a la vez que proporciona una completa monografía sobre la realidad del aprendizaje universal, se incorporan experiencias aportadas por importantes profesionales. Por ello, se trata también de una obra con una enorme utilidad práctica como guía para los profesionales de las empresas en el desarrollo de proyectos de formación.

El trabajo se estructura en nueve capítulos que pueden distribuirse en dos partes

fundamentales. En la primera de ellas, con unos capítulos más generales, se conceptualizan tanto los principales tipos de aprendizaje, como las herramientas y metodologías más recomendables. Para completar este primer análisis se establecen sugerencias, factores que considerar y guías prácticas desde una perspectiva tanto técnica como educativa. Una segunda parte, más específica, profundiza sobre las experiencias de los distintos actores del mercado: empresas, proveedores de contenido y universidades.

En la primera parte se incluyen los tres primeros capítulos. El primer de ellos, titulado *Del E-Learning al U-Learning*, desde un panorama general del mercado de servicios formativos, da a conocer los aspectos claves del nuevo entorno. Se completa el análisis con una enumeración de las demandas de los diferentes actores implicados, donde las necesidades de un *e-learning* rápido, las implantaciones móviles en la formación o la incorporación de nuevas plataformas de código abierto en las empresas, derivan en un nuevo escenario de aprendizaje universal. Partiendo de una diversidad de definiciones, se clarifica términos que en muchas ocasiones se han utilizado de forma confusa. El segundo de los capítulos, titulado *Nuevas tendencias formativas*, analiza el papel del *M-Learning*, la Web 2.0. y la TDT y sus experiencias y proyectos pioneros. El aprendizaje móvil permite la conexión permanente y desde cualquier lugar proporcionando una formación más concreta y personalizada. Empresas como Nokia o Telefónica o universidades como la Universidad Europea de Madrid, convencidas de las ventajas de este aprendizaje, están implantándolo con sus empleados y alumnos. La Web 2.0 posibilita modelos de trabajo de trabajo colaborativo, en donde los participantes son constructores y también beneficiarios.

Los blogs, wikis y redes sociales son herramientas que han añadido valor a las experiencias formativas de diversas universidades como la Universidad Pública de Navarra. Por último, los servicios de televisión han permitido la realización de cursos interactivos a la vez que se interrelacionan con otras herramientas. Entre los proyectos españoles con más éxito los autores destacan el realizado por el Consorcio de Televisión Educativa.

La segunda parte de la monografía incluye seis capítulos en los que los distintos profesionales exponen las experiencias y proyectos llevados a cabo por sus universidades y empresas, que aplican el concepto del aprendizaje universal en las prácticas educativas. El capítulo 3, *La innovación en la formación: el caso de la Universidad Oberta de Cataluña*, analiza como la innovación en esta universidad le ha permitido situarse y diferenciarse de forma adecuada. Su modelo de innovación abierta se orienta hacia la creación de sistemas que incentiven la innovación como

práctica necesaria dentro de las tareas de gestión y de docencia. El proyecto *Open Course Ware*, en el capítulo 4, tiene el objetivo de mejorar el conocimiento mediante la participación de todos los especialistas en un área. Las universidades que deseen formar parte del consorcio, tras mandar su memorando de adhesión, podrán crear su propio sitio ocw que permanecerá en su servidor.

El capítulo 5, *La visión de la Universidad Corporativa de Unión Fenosa*, nos permite acercarnos a la realidad de la gestión del conocimiento por parte de una empresa privada a través de su universidad corporativa. Para las empresas el conocimiento es el más valioso de sus activos, por ello, es fundamental que utilicen las nuevas tecnologías para contribuir al desarrollo de sus profesionales. *El E-Learning en el BBVA: Una experiencia de éxito*, presenta cómo, a través de este canal formativo, la empresa atiende las necesidades de desarrollo de todos los empleados del grupo. En este capítulo 6, el director de RRHH del BBVA expone el *e-learning* como un excelente complemento a la formación presencial. El modelo que presenta el autor se apoya en tres pilares básicos: las relaciones, la tecnología, los contenidos y la inversión. El capítulo 7 está enfocado hacia la *formación en ventas*. Para ello, se analiza la creación de una Escuela Comercial y los factores de éxito a considerar. *U-Learning: El posicionamiento de Avanzo*, aborda el diseño de un plan de formación on line y las variables que actúan sobre este modelo. En el último capítulo, *La Apuesta Estratégica de Élogos*, los autores estudian la relación entre la tecnología y el aprendizaje organizativo. Los profesionales de la consultora de formación Élogos, presentan la visión que tienen del mercado mundial de la formación.

En definitiva, esta innovadora obra garantiza, desde una perspectiva eminentemente práctica, un nivel de análisis profundo pero sin perder la claridad en el tratamiento. De esta forma, el libro resulta una interesante lectura tanto para los investigadores y expertos en el sector de la formación, como para los profesionales y discentes de las empresas.

Rocío González Sánchez. Universidad Rey Juan Carlos