

# Google, a por las universidades: crea sus propias titulaciones

El gigante tecnológico presenta certificados profesionales en tres ramas especializadas ▶ La duración será de seis meses y costará 250 euros

JORGE G. GARCÍA  
MADRID

Google quiere ser juez y parte tanto del mercado laboral como del sistema educativo. Su último movimiento, con la creación de tres títulos propios en Experiencia de Usuario, Análisis de Datos y Gestión de Proyectos, reta directamente a las universidades. Denominados certificados profesionales, su duración será de seis meses, la formación online, costarán alrededor de 250 euros y la propia compañía le otorga la misma validez que un grado de cuatro años relacionado con cualquiera de estas tres áreas, según precisa Kent Walker, vicepresidente de asuntos globales de Google.

El porqué hay que comprenderlo sobre todo en clave estadounidense, donde las familias afrontan créditos de decenas de miles de dólares para costear una carrera, y como respuesta a un tejido empresarial, en el que hay que incluir al gigante tecnológico, que se queja año tras año de la falta de profesionales cualificados. El momento de presentarlos tampoco parece casual, con un paro mundial desbocado y una digitalización al alza en todos los sectores debido a la crisis provocada por el coronavirus.

"Las certificaciones no sustituyen a la enseñanza universitaria, sino que pretenden ofrecer nuevas posibilidades de formación. Somos conscientes de que hay muchas personas interesadas en reforzar sus competencias", argumentan fuentes de Google. Los de Mountain View ni mucho

menos van a inaugurar su propio campus universitario, pero son conscientes de la seducción que genera su marca. Miles de jóvenes anhelan trabajar para ellos. Con estas certificaciones abren una puerta capaz de colmar sus aspiraciones. Si este reclamo fuera insuficiente, Google forma parte de un consorcio de 50 empleadores –en el que se incluyen nombres como Walmart, Intel o Bank of America– que tiene muy en cuenta durante los procesos de selección haber obtenido alguno de los títulos propios. Por no mencionar el beneficio que obtiene la compañía, que instruye bajo su tutela a quienes serán sus futuros trabajadores.

## Transformar las reglas

Apenas sorprende que una organización apueste por moldear a quienes integrarán su plantilla. En cambio, si transforma las reglas de juego que un gigante ofrezca títulos de alta cualificación, demandados, a precios de saldo y en un tiempo récord. Como indica Scott Galloway, profesor de Marketing en la escuela de negocios Stern de la Universidad de Nueva York, ya sucedió algo similar con los periódicos, que con la irrupción de internet perdieron progresivamente el monopolio informativo. Primero fueron los anuncios clasificados, después el cine y finalmente las propias noticias con Twitter, Facebook y Google. "En la educación surgirán startups y big tech que trocearán el sector con la introducción de este tipo de certificados profesionales".



GETTY IMAGES

**La compañía le otorga la misma validez que un grado para sus procesos**

**"Las certificaciones no sustituyen a la enseñanza universitaria", afirma Google**

El camino emprendido por Google sacude de lleno un debate instalado en el seno de la educación universitaria desde hace muchos años: cómo adecuarse a la evolución del mercado laboral y cómo aunar teoría con práctica.

El dominio de Silicon Valley no es únicamente tecnológico, sino también de modelo empresarial y educativo. De ahí que los requisitos –las llamadas *skills*– se mezan al son del valle. Y desde Mountain View lanzan un nuevo órdago al sistema en esta tendencia de exigir destrezas, habilidades y competencias más que un título específico. "Para ciertas profesiones, como un programador, puede valer. Pero la formación superior no puede ser solo técnica. Tenemos el deber de enseñar conoci-

miento, no solo lo que una empresa quiera o lo que un sector pida", asegura Rubén González, vicerrector de ordenación académica y profesorado de la Universidad Internacional de La Rioja.

Desde el lado empresarial reconocen que no buscan suplantar la labor académica. Apelan a la colaboración como punto de encuentro, habitual con la gran mayoría de universidades.

Colosos como Amazon, a través de su AWS Academy, ofrecen itinerarios formativos complementarios a la enseñanza superior reglada, que luego los campus incluyen en sus currículos académicos. Fuentes de Google sostienen que van a seguir apoyando la educación tradicional, sea con becas, tecnología o programas de prácticas.

## Educación transversal frente a cortoplacismo

▶ **Riesgos.** El riesgo de recurrir únicamente a este aprendizaje empresarial, al menos así lo expone Rubén González, vicerrector de ordenación académica y profesorado de la Universidad Internacional de La Rioja, es el cortoplacismo. En poco tiempo, te formas para un puesto concreto, muy demandado en ese instante y bien pagado –la media salarial de las tres certificaciones planteadas por Google oscila entre 60.000 y 80.000 euros anuales–.

▶ **Problemas.** Los problemas comienzan cuando transcurren los años y toca medrar profesionalmente. "Ahí es cuando deja de ser relevante el conocimiento técnico. Si piensas en una vida laboral larga, hay cosas que se quedan obsoletas en seguida. La educación que tengas de base, preferiblemente transversal, es la que te permitirá crecer".

▶ **Evaluación.** Todavía es demasiado pronto para evaluar las consecuencias. En la academia, al menos por el momento, no temen al reto planteado por uno de los grandes dominadores de la economía mundial. "También somos centros de innovación e investigación. Podemos transferir este conocimiento a los estudios. Estamos preparados para escuchar estas iniciativas y aterrizarlas dentro de nuestros modelos", concluye González.

Artículo completo en [retina.elpais.com](http://retina.elpais.com)