

Virtual Educa 2001

Área: e-learning empresarial

## **Ponencia: Riquezas y Miserias del e-learning empresarial “al uso”**

---

Madrid, junio de 2001.

**Ponente: Eduardo Arechalde**

**Empresa: AVA Multimedia. Iniciativa EducAVA**

### ***Presentación***

Nuestra empresa, AVA Multimedia, está formada por un equipo de profesionales que viene trabajando en el mundo de la formación a distancia desde 1984. Aunque tan sólo sea por “acumulación de trienios”, esta experiencia les hará comprender que, a lo largo de estos años, hemos visto aparecer y desaparecer un conjunto de corrientes o modas en la Formación en la empresa y, en particular, en la Autoformación que, de una u otra forma aunque no siempre de manera coherente, han evolucionado de acuerdo con las tecnologías, desde la EAO en disquetes y a 4 colores, al CD-ROM Multimedia, pasando por el video-disco interactivo, el DVI, el CDI, ..., hasta la reciente, aunque no tanto, aparición en el panorama de la Teleformación tal y como hoy la concebimos.

Es más, en el terreno de la Teleformación ya “sufrimos” nuestra primera experiencia allá por los años 85/86, si bien aquella experiencia “se benefició” de una tecnología que nada tiene que ver con la actual; hablamos de un módem a 300 baudios, terminales monocromos, un “sistema 36” como servidor, etc ...

Más recientemente, a partir de 1.996, AVA Multimedia ha concentrado su actividad en la Teleformación en la Red, además de desarrollar una Plataforma de Gestión de la Teleformación llamada TRANSTEL, confeccionada bajo los estándares AICC e IEEE. Asimismo, en su actividad habitual, AVA Multimedia desarrolla Contenidos para distintas Plataformas y Clientes.

Con esta experiencia “a nuestras espaldas”, podemos afirmar que, salvando las distancias, no nos pillan de sorpresa los problemas que hoy aquejan a muchos procesos de Teleformación, puesto que, de alguna manera, son idénticos a los que se han padecido tras cualquier avance tecnológico anterior.

## *¿Cuáles son estos problemas?*

Puesto que hablamos de Internet, yo quisiera exponerlos mediante una analogía algo singular. Voy a tratar de reflejar estos problemas en forma de dominios virtuales, esto es, que pudieran haber sido aunque en realidad no lo sean. Pido disculpas de antemano si alguien es propietario de alguno de los nombres que, a continuación, voy a señalar, pues nada más lejos de mi intención que particularizar unos problemas que, por demás, son demasiado generalizables.

### **ESTO.ES.MODERNO.com**

Entrando ya en materia en esta investigación virtual, lo primero que nos encontramos es a un conjunto de gentes que están abonadas al dominio **ESTO.ES.MODERNO.com**.

Como ha sucedido con cada una de las novedades tecnológicas que aparecen, existen personas y empresas que se apuntan rápidamente a la nueva tecnología que emerge sin haber agotado la anterior ni, a veces, siquiera haberlo intentado. Esta actitud, por lo demás demasiado habitual, crear un inmenso vacío de actividad en su área de responsabilidad que no se cubre adecuadamente, puesto que suspende, en muchas ocasiones, anterior procesos en marcha con grandes posibilidades de éxito con la tecnología anterior sin que las nuevas soluciones tecnológicas hayan alcanzado aún el nivel de desarrollo suficiente para cubrir el vacío.

Como problema añadido, importante en lo que a nosotros nos atañe, esta política deja a los proveedores “en el aire”, mientras el tema “se aclara”, sujetos a intentar suministrar a nuestros clientes “menos lanzados” los productos en soportes “tradicionales”, pero necesitados de una modificación de nuestras estructuras productivas hacia tendencias tecnológicas aún por experimentar y desarrollar suficientemente. En consecuencia, el problema y, con ello, el riesgo se nos traslada, sin que los beneficios para el usuario final estén en modo alguno garantizados.

Esto sucede, sobre todo, en grandes empresa donde, además, se “tira” adelante con las primeras iniciativas sin dejar reposar la tecnología lo suficiente, sin esperar a estándares y, en consecuencia, con un alto riesgo de que lo invertido en un primer momento no sirva para nada.

Con ello, las experiencias fallidas, además de un alto coste y la creación de “vacíos”, suponen desencantos que tardan en curar, en algunos casos, periodos de hasta 2 años.

### **UN.MUERTO.MENOS.com**

En otro punto del proceso se encuentran los abonados al dominio **UN.MUERTO.MENOS.com**.

Hay responsables de empresas que hacen mucha formación por compromiso, que hemos dado en denominar “formación de convenio”, puesto que suele responder a una formación pactada en los convenios y de la cual, a nuestro juicio desacertadamente, no esperan obtener unos beneficios suficientes.

Muchas de estas personas creen que con la Teleformación, y sin ningún tipo de requisito, van a “solucionar” su formación masiva.

Si bien a largo plazo este puede ser, en efecto, el resultado final del proceso si se realiza correctamente –no hay que olvidar que es éste uno de los objetivos de la Teleformación–, si se hace sin analizar los contenidos, sin aplicar metodologías correctas y sin valorar suficientemente los materiales, puede también llevarnos a convertirse en un “engañabobos” que no engaña a nadie y que, por el contrario, crea descontento y desconfianza hacia otros procesos de Teleformación correctamente planteados.

Como en casi todos los procesos en los que lo importante son las personas, lo barato se hace caro y lo aparentemente fácil se convierte en difícil. Por ello, es importante “no empezar la casa por el tejado”, aunque se nos acuse de conservadores, es preferible comenzar con experiencias limitadas y con cierta garantía de éxito pues, contra lo que a veces se piensa, extraeremos mejores enseñanzas de un éxito parcial que de un fracaso absoluto.

### **NO.ME.METO.com.**

En el extremo opuesto a los anteriores implicados se sitúan los abonados al dominio **NO.ME.METO.com.**

Aunque a simple vista pudiera parecer que esta actitud es, precisamente, la opuesta a la anterior, no siempre es cierto. La posición de aquellos que, ante la duda, esperan indefinidamente a dar el paso, muchas veces abandonando también los soportes y tecnologías anteriores que estaban dando buenos resultados por miedo a que los califiquen de “antiguos”, no siempre es la más segura ni mucho menos.

Por suerte o por desgracia (por suerte, sin duda, desde nuestro punto de vista), existen siempre dentro de toda organización espíritus aventureros, personas a quienes “lo nuevo” motiva, y no podemos perder de vista la importancia de la motivación en todo proceso de Formación y, con mayor razón aún, en la Autoformación. Desechar las nuevas posibilidades significaría desperdiciar este factor motivacional que, por desgracia, no abunda.

Por otra parte, la prudencia no puede ser sinónimo de miedo. Existirán colectivos y materias para las cuales las nuevas herramientas, no sólo no supongan un riesgo, sino que pueden resultar ser la única solución posible.

### ***¿Dónde debiéramos situarnos?***

Muy al contrario que en los casos relatados, nosotros estaríamos dispuestos a “apuntarnos” a otros tres de estos ficticios dominios, con contenidos muy diferentes a los descritos anteriormente.

### **PASITO.A.PASITO.com**

El primer dominio al que no dudaríamos en suscribirnos sería el que denominaríamos **PASITO.A.PASITO.com**.

Este es el lugar de quienes iniciaríamos experiencias localizadas y muy específicas, con las materias más idóneas y los materiales y tecnologías más adecuados este momento y a este país, acordes con su idiosincrasia y sus redes de comunicaciones limitadas.

Puede decírsenos que éste es un punto de “neutralidad” cómodo, demasiado fácil e interesado por nuestra parte. Que nadie dude que tendríamos interés en que nuestros clientes se situasen en ese punto, pero no por comodidad sino, si se me permite decirlo, por su propio interés. En este, como en otros muchos casos, lo más arriesgado es intentar no correr riesgos, puesto que los riesgos aquí son evidentes; a saber: quedarse fuera de “onda”, no lograr los objetivos formativos previstos, desaprovechar oportunidades de motivación, no rentabilizar procesos en curso, ... Lo menos arriesgado en este caso es, desde nuestro punto de vista, acotar los riesgos (reales por otra parte) decidiendo por nosotros mismos en qué lugar y con quien los correremos.

### **FORMACION.ANTE.TODO.com**

Otro lugar en el que siempre nos encontrarían es en el servidor de **FORMACION.ANTE.TODO.com**.

Para nosotros es imprescindible tener siempre en cuenta que, en todo proceso formativo, son las metodologías y los contenidos lo importante, por encima de las tecnologías y las “modas”. Unos materiales que no aportan algo nuevo, sino dejar de obtener lo que conseguíamos con la tecnología anterior, no logran mas que desmotivar, crear recelos y conseguir malos resultados.

Un ejemplo claro son los materiales, llamados de Teleformación, que no son sino un conjunto de documentos escritos, muchas veces obtenidos por exportación de apuntes en el procesador de textos, cuya mejor característica es la de estar ordenados y limpios, con algunos enlaces entre si o a otras fuentes, pero cuya interactividad es prácticamente nula y cuyo atractivo sólo lo encuentra su autor.

Cuando nos encontramos, por desgracia demasiado habitualmente, con estos “pasapáginas” interminables, nos asaltan muchas preguntas que, a veces por una mal entendida solidaridad gremial, no nos atrevemos a dirigir a su autor pero que, sin embargo, lanzamos aquí:

¿Desde cuanto los contenidos pasivos, los textos interminables propios de los Manuales electrónico son ahora válidos porque estén en páginas html?.

Si habíamos llegado a la conclusión de que los contenidos debían suministrarse como secuencias de conceptos, de que la interactividad era fundamental, ¿esas conclusiones ya no son válidas porque nuestras redes no lo permiten?.

Si nuestro colectivo a formar tiene dificultades, físicas o herramientas, para leer los manuales o los textos académicos, ¿a santo de qué podemos pensar que estas limitaciones desaparecen, como por arte de magia, al presentarlos en pantalla?

Si la mayor parte de nosotros, “guerreros” experimentados cuando menos en el trabajo ofimático, preferimos imprimir los textos largos a leerlos en pantalla, ¿en razón a qué o por qué especie de rogativa a algún tipo de “santo” tecnológico nuestros “sufridos” usuarios tienen que padecer lo que no queremos para nosotros?.

### **DUROS.A.CUATRO.PELAS.com**

El mayor problema con que nos podemos encontrar los “pobrecitos” desarrolladores de contenidos para Teleformación es encontrarnos con un cliente afiliado a **DUROS.A.CUATRO.PELAS.com**. Este dominio es patrimonio de quienes quieren pensar que, como ellos pueden obtener fácilmente documentos html desde sus aplicaciones ofimáticas, la realización de contenidos de Teleformación de calidad es igual de sencillo, con el resultado correspondiente: pagar lo mismo por simples páginas html que por unos materiales más elaborados, interactivos y motivadores, es decir, verdaderos materiales de Teleformación.

Nadie debiera perder de vista que, si antes un material de Autoformación costaba “ciento”, lo mismo (si no más, dado lo incipiente de la tecnología) va a costar un material de similar calidad para Teleformación. Si se conforman con páginas html que lo digan, pero luego que no esperen verdaderos materiales de autoformación.

### **NO.ME.ALUCINES.com**

Por otra parte, y para acabar con esta andadura virtual, he de confesar que también estaríamos dispuestos a colaborar en un Portal que se denominase **NO.ME.ALUCINES.com**.

Si nos dejamos llevar por la “alucinada tecnológica” e intentamos introducir audio o vídeo “a tope” en nuestros materiales, a pesar de que la línea “no da”, si queremos evaluar a niveles que en las otras formas de autoformación no hacíamos, y ello simplemente porque parece que la Red lo admite todo, si exigimos más atención y esfuerzo de los usuarios que antes, porque pensamos que van a “alucinar” con Internet, no llegaremos a ningún lado. Cada medio tiene sus ventajas e inconvenientes; utilicémoslo bien.

### **¿Cómo abordar el proceso?**

Tres son los parámetros que pueden resumir las virtudes capitales de un buen acercamiento a la Teleformación, desde la realidad actual de cada caso:

#### **EL ANÁLISIS**

Siempre que afrontamos una nueva forma de hacer las cosas, un nuevo proceso o procedimiento, la primera tarea, de la que nunca nos olvidamos, es el Análisis; análisis de la realidad anterior, de los cambios a acometer y de sus consecuencias. Sin embargo, cuando alguna gente habla de introducir la Teleformación en su empresa o institución parece olvidar esta premisa.

Por el contrario, a la hora de pensar en Teleformación no debiera olvidársenos, que es preciso hacer un análisis profundo:

- ↪ De los objetivos a cumplir: cuales son y qué necesitamos para llegar a ellos, tanto en métodos como en formas.
- ↪ Del colectivo a formar: cómo aceptan en nuevo entorno, cómo influirá su actitud ante la tecnología en el proceso, qué ventajas subjetivas esperarán obtener y con qué inconvenientes se encontrarán.
- ↪ De los “medias” necesarios: qué necesitamos, qué es imprescindible y de cuales podemos prescindir, cuales son posibles con nuestra estructura tecnológica, ...

Y todo ello para concluir con el soporte ideal, así como de las ventajas e inconvenientes de otros soportes aplicables, pues la solución casi nunca es única, sino que suele venir matizada por el “puedo”.

### **La no RENUNCIA**

Además, desde nuestro punto de vista, debemos ser inamovibles con determinadas condiciones, convertirlas en irrenunciables. No podemos renunciar a cualquier cosa, por ejemplo:

- ↪ A Metodologías eficaces, conocidas y contrastadas con el mismo o parecido colectivo y con materias iguales o similares, y en las que no tengamos razón suficiente para cambiar.
- ↪ A sistemas de Seguimiento y Evaluación probados, que garantizan una buena marcha del proceso y que sería contraproducente abandonar.
- ↪ A Recursos que facilitan la adquisición de conocimientos, que nos son necesarios para exponer claramente los conceptos, para mantener la atención del alumno, y sin los cuales la comprensión y la motivación disminuirían alarmantemente.

Supeditando el soporte tecnológico a la eficacia y éxito del proceso formativo.

### **EXPERIMENTAR**

Se trata de un procedimiento novedoso, lo que implica cierto grado de experimentación, si bien siempre en determinadas condiciones:

- ↪ Sin “aventurerismos” que impliquen “cortar” súbitamente con anteriores métodos y soportes antes de disponer de “lo nuevo”, de la estructura y experiencia necesarias para convertir el nuevo soporte en nuestra herramienta fundamental.
- ↪ Sin “pacatería” que impida la introducción de nuevas y mejores vías, por miedo a cambios de forma o de medio. Los miedos y suspicacias ante la novedad no son nunca, y menos en la formación, buenos consejeros.

En resumen, haciendo uso de viejos aforismos de la cultura tradicional, “sin prisa, pero sin pausa”, porque “tan malo es pasarse como no llegar”.

### **Conclusión**

En consecuencia, en nuestra opinión, la Teleformación es, ante todo, FORMACIÓN y como tal debemos tratarla. Se trata de una herramienta o soporte nuevo, que es interesante y nadie duda de que “es el futuro” pero, si no queremos decepciones y, con ello, ralentizar su avance, utilicémosla bien, sin hacer del “medio” el fin, sino, como debemos hacer con todas las tecnologías y en todos los órdenes de la vida, una herramienta para el desarrollo de las personas.

Muchas gracias.