

## PASADO Y FUTURO DEL E-LARNING

Comencemos con un tema puramente semántico pero que tiene su importancia. *E-learning* no significa enseñar (en todo caso sería *show learning*, que es una expresión incorrecta en inglés) ni tampoco enseñar a través de Internet, si no “aprender”. Aprovechamos para comentar el término porque vemos como cada vez se utiliza como mayor profusión para identificar las actividades de formación por Internet, cuando en realidad se refiere a aprender por medios virtuales y para ello, muchas veces no se necesita sofisticadas plataformas ni espléndidos cursos estructurados. Actualmente un alumno puede con una pequeña tutoría o incluso por sí mismo, investigar, acceder y recabar una gran cantidad de información de estudio, siendo este el verdadero significado de *e-learning*.

Hacia finales de los años noventa proliferaron en España (y en todo el mundo) portales especializados en la oferta de cursos por Internet, sobre todo aquellas empresas y entidades que ya estaban dando formación. Por tanto, ofrecían temarios propios, muchas veces con materias desarrolladas anteriormente y para una formación presencial. Trataban de competir en el explosivo mercado de la formación que se avecinaba (incluso consigo mismos), como consecuencia del abaratamiento que significa impartir cursos por Internet y el acceso a todo tipo de alumnos y lugares (incluso países).

Las primeras experiencias fueron a veces traumáticas para formadores y alumnos (aunque no en todas las empresas de formación). Los principales problemas que se plantearon fueron los siguientes:

- Los cursos no estaban actualizados, no aportaban los ejercicios y casos prácticos que requerían los alumnos.
- El servicio de tutoría se delegaba en personal deficientemente cualificado, ya que no era necesaria su presencia en clase y además se corregían ejercicios y las consultas eran atendidas con “becarios”.
- La oferta formativa no combinaba el estudio a distancia con sesiones presenciales, lo que no permitía al alumno conocer a su profesor y ello podía plantear ciertos problemas de comunicación.
- No se ofrecían servicios tutoriales plenos, como puede ser la confección del Currículum del alumno, la resolución de casos presentados por este (muchos trabajan en empresas en donde se encuentran con problemas reales sobre los temas estudiados). Tampoco existían exigencias sobre la realización de ejercicios o el examen final.

- Las plataformas informáticas propias o externalizadas para la edición y actualización de los temarios así como para la gestión de los alumnos (matrícula, expediente, correcciones, puntuación, cobros, etc.) eran muy costosas y deficientes, lo que creaba problemas de seguimiento y aumento de los costes (y por consiguiente del precio de las acciones formativas).

En Enero de 2.001 se celebró en París la primera Feria Europea sobre *e-learning* y mi impresión fue bastante decepcionante (a pesar de que acudieron también empresas americanas y canadienses además de francesas, inglesas, alemanas e italianas – españolas no había ninguna). Ni los profesionales que allí se encontraban, ni las soluciones software, ni los productos funcionales o sectoriales que vimos (salvo los concernientes a Informática) destacaban aparentemente por su eficacia.

- Por parte de los usuarios no estaba extendido el uso de líneas ADSL o tarifas planas, lo que hacía tediosa y cara la formación vía Internet (en modalidad *on.line*).

Sin embargo, como todo sector económico, este ha ido madurando poco a poco en los últimos años, y aunque todavía algunos arrastran “vicios ocultos”, el *e-learning* ha mejorado muchísimo, debido tanto a la competencia existente (que es bastante amplia), como a las exigencias crecientes de los alumnos.

Hoy en día, lo que busca un futuro alumno en *e-learning* y debe ofrecer una empresa de formación, son las siguientes condiciones (todas no son obligatorias pero es conveniente conocerlas):

- Informarse con el máximo detalle del contenido de la acción formativa (a veces basta con un índice pormenorizado, que contenga todas y cada una de las materias que se verán durante el estudio) así como las características del curso (objetivos del mismo, metodología de estudio, envío de ejercicios, consultas telefónicas, sesiones *on-line*, duración aproximada, nº de ejercicios y casos a resolver, tiempo de respuesta a consultas y ejercicios, condiciones de examen, precio total y servicios que incluye).
- Cerciorarse de la posibilidad de visitar al profesor en las instalaciones del Centro (o ser visitado *-coaching*) con el objeto de llevar a cabo sesiones presenciales de repaso y consultas.
- Conocer de antemano el historial profesional del profesor (con nombre y apellidos) para evaluar su capacidad como tutor durante el estudio.
- Comprobar la posibilidad de proponer casos por parte del alumno o que podrá ampliar y consultar con el tutor materias de su interés a través de información complementaria,

Internet, etc.

- Apoyo en la búsqueda de trabajo o preparación del currículum del alumno.
- Acreditación del certificado de estudios por parte de entidades oficiales o de reconocido prestigio.
- Cursos posteriores que puedan complementar su formación y servicio de bibliografía disponible
- Forma de pago y financiación existentes (sobre todo quién financia).
- Nº de cursos editados y referencias de entidades que hayan adquirido el curso.

Con todas estas cuestiones resueltas total o parcialmente el alumno podrá tomar su mejor decisión sobre con que centro va a emprender su *e-learning*.

Según nuestra experiencia lo que más valoran los alumnos es la posibilidad de comunicación continua y abierta con el tutor, lo que corrobora que *e-learning* tiene más de autoestudio que de formación dirigida. A veces se crean lazos de afectividad que no se logran en un aula (al ser un aprendizaje más personalizado).

Creemos que actualmente todavía falla en esta modalidad el *e-fulfillment* (necesario en todo negocio B2C), esto es, la capacidad de atención personalizada al alumno, no en todos los casos por supuesto (los centros pequeños no tienen esta limitación porque no tienen un problema de masificación).

Por tanto, cumpliendo las premisas comentadas y procurando por parte del Centro atender deontológicamente a sus “clientes” buscando la continuidad a largo plazo antes que los resultados de explotación a corto, el futuro del *e-learning* está asegurado como la fórmula más competitiva para ambas partes y será sin duda la vía de formación más extendida en el futuro, por los siguientes motivos:

- Los costes para el Centro por acción formativa son significativamente más bajos que una formación no virtual (actualmente se regalan cursos por Internet).
- La posibilidad de los alumnos para acceder desde cualquier punto geográfico y la inmediatez de la comunicación (ya que no se necesitan desplazamientos ni incurrir en los gastos derivados de los mismos).
- Cada alumno marca el ritmo de estudio, sin horarios ni calendarizaciones.
- Curiosamente la atención es personal aunque sea virtual y por tanto suele ser más intensa.

Desde luego, en las grandes organizaciones descentralizadas con cientos y miles de centros de trabajo (Bancos, Corporaciones, Ministerios, etc.), este será (ya es) el único medio de distribuir formación entre sus empleados de manera efectiva, rápida y barata.

Actualmente para un futuro alumno individual la mejor forma de disponer de medios para *e-learning* es consultar proveedores de cursos a través de portales de formación que colocan en sus “ escaparates virtuales ” las ofertas formativas de sus clientes, que son los propios centros de formación. A partir de ahí, la auténtica función de *e-learning* (siempre iniciativa del alumno) consiste en buscar el cumplimiento de las premisas y una vez decidido estudiar, por supuesto.

Fernando Tejero

Consultor