

UNA EXPERIENCIA E-LEARNING

Me gustaría empezar este artículo con dos confesiones: Me gusta Harry Potter y no veo Gran Hermano. Reconozco que alguien podría preguntarse qué tiene eso que ver con el *e-learning* y me vería obligado a responder que nada...o casi.

Es cierto que llevamos un tiempo donde la emergencia de nuevos nombres puede enloquecernos; desde la calidad total al capital intelectual pasando por la gestión del conocimiento, la gestión del talento, la inteligencia emocional, el *e-learning*, el *e-business*, el *e-recruiting* y el *e-...lo que sea*.

Si lo llevamos a siglas es todavía peor; un buen sistema KM integrado en un CRM y formando parte de un ERP global nos puede llevar a aumentar espectacularmente nuestra IRR y, consecuentemente, nuestro PER. De esta forma se dificulta la posibilidad de una LBO aunque también ayudaría el reparto estratégico de unas cuantas *stock-options*.

Casi todos los conceptos anteriores podríamos considerarlos producto de una moda y ser criticados como tales y así ha ocurrido con el *e-learning* en alguna ocasión. Tal vez tendríamos que acostumbrarnos al hecho de que la moda dice muy poco –en positivo o en negativo- respecto de la calidad de una idea.

Harry Potter y Gran Hermano son también productos que se han puesto de moda y responden a lo que los cursis llaman un *fenómeno sociológico* (como si la tasa de consumo de lentejas por habitante y año –por ejemplo- no lo fuera) y ello no puede significar un aprecio acrítico ni un desprecio no menos acrítico. Puede haber excelentes productos que se ponen de moda y bazofias que siguen el mismo destino y no podemos juzgarlos igual porque tengan ese elemento común: Estar de moda.

Es cierto que cuando algo se pone de moda atrae a muchos oportunistas que intentan sacar tajada del asunto y eso puede desvirtuarlo todo: Cada uno tiene las habilidades que tiene y si necesita ponerles una etiqueta que esté de moda tiene dos posibilidades: Adquirir nuevas habilidades o ponerles una etiqueta nueva a sus habilidades ya existentes; obviamente, la solución más honesta es la primera pero la más usual es la segunda y de ahí la devaluación de los conceptos tienen la suerte o desgracia de ponerse de moda.

El *e-learning* no es una excepción; hace cuatro años, algunos pioneros en España (EOI, UOC, UPC y algún otro) estábamos trabajando en lo que se llamaba formación *online* iniciando un modelo con una fuerte carga de interacción en el proceso formativo. Como el personaje de Molière, tres años después nos encontrábamos con que estábamos haciendo *e-learning* sin saberlo y, mira por donde, el *e-learning* se puso de moda.

La experiencia que se comenta a continuación procede de la EOI; no obstante, muy probablemente, la mayoría de las instituciones pioneras en este terreno compartirían estos elementos:

A lo largo de cuatro años, hemos aprendido muchas cosas; por ejemplo, es muy fácil distinguir a un profesor experto de uno novato: Ante situaciones como que, repentinamente, el ordenador deje de reconocer el modem que tiene instalado desde hace dos años, la reacción es totalmente distinta; mientras el primero se limitará a reinstalar el *driver*, el segundo pensará que ha hecho algo mal, llamará a medio mundo, reiniciará el ordenador quince veces, cambiará el sistema operativo, formateará el disco duro y no caerá en la cuenta de que esto ha pasado...porque sí.

Más allá de la anécdota, esto tiene importancia desde un punto de vista operativo: Es necesario que exista un cierto grado de autonomía informática en el usuario porque, si no es así, impartir un curso bajo la modalidad *e-learning* puede ser una de las experiencias más angustiosas de su vida; una vez que se adopta una actitud contemplativa y, sobre todo, no se intenta buscar justificación lógica a las tonterías que puede hacer un ordenador...es otra cosa.

Como todos, en la EOI empezamos a trabajar con Internet “a pelo” y en una segunda fase comenzamos a trabajar con una plataforma telemática, es decir, una página de Internet desde la que se llevan a cabo todas las actividades del curso.

Tecnología aparte, pudimos comprobar por experiencia propia que la relación utilizando estos vehículos es mucho menos fría de lo que parece a primera vista; la riqueza de las discusiones y el grado de interacción que se produce son mucho más altos de lo previsible.

Hace pocos meses cerramos la primera edición del MBA *online* y tuvimos ocasión de vernos mutuamente las caras profesores y alumnos. Como estábamos mezclados, eran obligadas por nuestra parte algunas preguntas sobre cómo se veía esto desde el otro lado de la mesa, es decir, desde el lado del alumno.

La primera pregunta lógica era la relativa a la comparación entre cursos presenciales y cursos *online* ya que no todos los alumnos presenciales tienen experiencia *online* pero, por fuerza, todos los alumnos *online* tienen experiencia presencial. Por mero azar

resultó que en distintos lugares de la mesa estábamos teniendo conversaciones parecidas y con resultados similares: Los ya exalumnos habrían preferido, si su trabajo se lo hubiera permitido, matricularse en un curso presencial; sin embargo, una vez que iniciaron el curso y vieron como funcionaba, resultó que preferían la modalidad *online* y, si en un futuro se planteasen la conveniencia de otro curso, optarían por esta modalidad incluso en el caso de que pudieran hacerlo por la presencial.

Los comentarios fueron acogidos por nuestra parte con cierta sorpresa y, a continuación, tratamos de profundizar y saber por qué preferían esta modalidad sobre la presencial; las respuestas supondrían la segunda sorpresa porque un grupo de personas, de las cuales algunas no se habían visto nunca, comentaron que lo que más les atrajo es el ambiente grupal que se genera, cómo funcionan los equipos de trabajo, cómo es mucho más difícil ocultarse en la masa en un *online* que en un aula y cómo la relación entre alumnos y con el profesor es mucho más abierta que cuando se encuentran en persona.

Todo esto nos confirmó mucho más allá de nuestras expectativas iniciales que, si realmente se quieren hacer bien las cosas en *e-learning*, el secreto está en la capacidad para generar interacción grupal y esto impone algunos criterios de diseño y unas mayores restricciones temporales que las que ofrecen aquellos cursos que nos invitan a seguirlos a *nuestro propio ritmo* y a perder, por tanto, el ritmo del grupo de referencia.

Es comprensible que el hartazgo de la moda y la presencia del *e-learning* hasta en la sopa pueda haber llevado a algunas personas a una crítica excesivamente generalizada y con estas líneas me gustaría invitar a esas personas a separar cuidadosamente la paja del grano. Debajo de la idea de *e-learning*, precisamente por estar de moda, puede encontrarse de todo, tanto en contenidos como en calidad y no podemos juzgar todo el conjunto si nuestra información se reduce a haber visto o sufrido cursos *enlatados*, tanto si están en fascículos como en CD-ROM o en Internet.

Un modelo *e-learning* de calidad compite sin complejos con la enseñanza presencial –cada cual con sus propias peculiaridades– como está mostrando el hecho de que las instituciones más prestigiosas del mundo estén incluyendo esta modalidad en su catálogo de actividades.

JOSE SANCHEZ-ALARCOS

josealarcos@eoi.es

Director Académico del Master de Gestión Estratégica de Recursos Humanos

–Ediciones presencial y online–

Escuela de Organización Industrial

<http://www.eoi.es>