

## La formación a distancia sale de su infancia



Carlos San José [csanjose@anaya.es](mailto:csanjose@anaya.es)  
Director del Departamento de Contenidos y Servicios en Red. Grupo Anaya

A mediados de 2003 la formación a distancia (e-learning, formación on-line, etc.) se comporta como un organismo en pleno crecimiento. Hace ya años que se habla de ello, hasta el punto que muchos consideran que es una realidad plenamente integrada, que ha superado la fase de novedad. Los síntomas de superación de la fase inicial son muchos: ríos de tinta en publicaciones especializadas y de divulgación; numerosos congresos, jornadas y seminarios sobre e-learning en alguna de sus variantes o denominaciones; proliferación de ofertas en los suplementos de educación de los grandes periódicos y hasta en los anuncios clasificados; aparición de listas de distribución en Internet sobre e-

learning en general y para cada grupo de usuarios de cada herramienta o plataforma de teleformación, etc.

Quizá uno de los indicadores más significativos para medir la madurez sea el de la inversión de las empresas. Según datos recientes, siempre difíciles de evaluar (Educaweb, Baquia, AEFOL), más de un 50% de las empresas españolas están realizando formación on-line en alguna medida, lo que supone entre el 2 y el 5% del presupuesto en formación total en nuestro país.

En las líneas que siguen se hace una aproximación a las características más notables de este sector emergente en España.

### Categorización aproximada de los usuarios

Hay tres grandes grupos de actores y consumidores de formación a distancia: la universidad, el entorno empresarial/negocios y el entorno profesional (médicos, enseñantes, abogados, etc.). El sector de la Administración puede alinearse –con ciertas peculiaridades– con el entorno profesional a efectos de las consideraciones que siguen.

- La Universidad es el territorio natural para el crecimiento y desarrollo de esta modalidad de enseñanza. Tanto por vocación como por medios, es donde se pueden investigar las nuevas metodologías y desarrollar las herramientas necesarias para lograr el paso de la infancia del e-learning (imitación de clases presenciales, campus, aulas y libros reales, etc.) a la madurez: explotación de las ventajas de las dimensiones virtuales

sobre las reales –en su caso– y disminución de las desventajas de las situaciones no presenciales –también en su caso–.

No todas las universidades han adoptado el mismo enfoque frente al fenómeno. La mayoría prolongan sus campus reales en Internet con toda naturalidad. Algunas –como la UNED–, potencian extraordinariamente su campo de acción con las nuevas herramientas. Hay muchas que crean espacios virtuales únicos y se unen en federaciones para aprovechar mejor los efectos del volumen –universia.net, uni-g7.net, etc.–, pero absolutamente todas están presentes en el nuevo medio. Incluso algunas solo están en él, como la Universidad Oberta de Catalunya (UOC).

- Las escuelas de negocios van incluyendo cada vez más en su catálogo ofertas de cursos *tipo máster* encuadradas en la modalidad de distancia. Quizá sean el sector de más éxito desde el punto de vista económico dentro del mercado del e-learning, es decir, quienes mejor rentabilidad están obteniendo de la formación on-line como actividad empresarial.
- Las empresas –grandes y medianas– y la Administración son las principales consumidoras/compradoras de los cursos a distancia que generan a medida para ellas otras empresas cuyo objeto es la formación. Los paquetes de e-learning los producen fundamentalmente empresas del sector de la formación presencial que han creado una rama para esa modalidad de formación, aunque



también hay una presencia minoritaria de empresas nuevas “puramente e-learning” y también de empresas propietarias de contenidos (editoriales, televisiones,...) que han encontrado una nueva forma de comercializar sus fondos debidamente re-elaborados.

Los colectivos de profesionales como médicos y profesorado de todos los niveles, son excelentes candidatos a usuarios de este tipo de formación. Sus necesidades de formación continua (la famosa *formación a lo largo de toda la vida* omnipresente en los discursos sobre la *Sociedad de la Información*) les obligan a incluir en sus planificaciones anuales tiempo y recursos para a la formación. Los cursos presenciales a ellos destinados son muy abundantes, pero tienden a ser caros. La Administración (central, local, autonómica) corre con los costes de muchos de estos programas de formación, y está enormemente interesada en incluir soluciones de formación a distancia para funcionarios, o abiertos a colectivos privados con algún acuerdo. Por ejemplo, en el II Congreso Internacional de EDUCARED (Madrid, abril 2003) los responsables de la formación del profesorado de las 17 comunidades Autónomas y del Ministerio de Educación y Cultura transmitieron este mensaje casi al unísono, y detallaron con cifras y fechas los planes para resolver los desafíos que plantea la enorme demanda de formación continua del profesorado no universitario, un colectivo de más de 400.000 personas.

## Consideraciones sobre contenidos y metodología

Con respecto a contenidos y metodología, los cursos dirigidos al bloque empresarial son los más pulidos, con terminado profesional, metodología definida y mediatizada por consideraciones coste/beneficio y de calidad más contrastada o incluso certificada.

Los cursos con origen o destino en la Universidad (o ámbitos de formación

superior) son más generosos en situaciones uno-a-uno como videoconferencias, tableros electrónicos compartidos o trabajos individualizados y seguidos de cerca por el tutor. En este sector se pueden encontrar ejemplos de utilización de metodologías pedagógicamente bien definidas, especialmente constructivistas. Es lógico –y puede que hasta exigible– que esto suceda en el ámbito universitario, habitat natural de los especialistas en didáctica y donde las consideraciones coste/beneficio tienen menos peso en el planteamiento de las actividades formativas.

Hay que señalar, no obstante, que este intento de incorporar conceptos y métodos pedagógicos avanzados se encuentra en todos los ámbitos, no sólo en el universitario. A pesar de ello, el modelo más frecuente de curso de formación on-line sigue siendo bastante poco ambicioso pedagógicamente hablando: un mero volcado de documentación, con cierto uso de los hipervínculos y del correo electrónico (o similar) para la atención tutorial.

En muchas ocasiones se descubre que los antiguos contenidos no sirven, ya que el nuevo medio exige su propio lenguaje, y éste es más cercano a los guiones multimedia de las empresas audiovisuales que a los libros y documentos escritos tradicionales. El proceso de “digitalización” de contenidos se perfila como una actividad de gran interés estratégico para empresas de contenidos, como son las editoriales.

La fórmula de más éxito en el sector de esta “nueva formación” es la formación mixta. La inmensa mayoría de los alumnos que evalúan un curso de formación a distancia en que acaban de participar, opina que unas clases presenciales iniciales o finales y el conocer a sus compañeros y tutores son factores de éxito. Los que no han tenido opción de ninguna actividad presencial, suelen señalarla prioritariamente entre los factores que mejorarían del curso. Parece claro que una actividad presencial (por ejemplo, un encuentro inicial donde se discuta la metodología y se presenten entre sí los participantes) actúa como elemento motivador. En



algunos cursos, como los máster de alto nivel de contenidos –y de precio–, las fases presenciales, por breves que sean, son casi imprescindibles para lograr los objetivos sociales que pertenecen al “currículum oculto” de este tipo de estudios.

Naturalmente, esto no es posible en muchos casos; una de las características de la formación a distancia es la dispersión geográfica de los alumnos, y puede ser una barrera insuperable. Lo que parece probado es que si hay posibilidad (física, temporal, presupuestaria, ...) de una sesión presencial, es buena idea incluirla en la programación.

## Se quedó en el tintero

Es evidente que hay muchos factores de interés para analizar el panorama del e-learning que se tienen que quedar en el tintero en un análisis de trazo rápido y breve como éste. Baste citar como ejemplo de temas a que llevaría a interesantes consideraciones lo relacionado con la dificultad de implementar metodologías educativas en las plataformas tecnológicas existentes, los temas de calidad y su control, el rol del tutor y las características propias de la tutoría a distancia, la estandarización, las comunidades virtuales, la posición de España en el contexto europeo y frente otras áreas importantes en cuanto a e-learning (Australia, USA, Canadá, Japón, ...), los costes de producción, etc.