



TENDENCIAS EN FORMACIÓN VIRTUAL

JORNADA TELSPAIN - MADRID, 29 DE NOVIEMBRE DE 2013

Patrocinaron:



Participaron:



Sumario

Introducción.....	1
Conclusiones de los Workshop.....	2
Workshop 1: MOOC.....	2
Texto de introducción	2
Conclusiones.....	3
Workshop 2: Plataformas Tecnológicas.....	7
Conclusiones.....	7
Workshop 3: eLearning en la empresa	12
Texto de introducción	10
Principales ideas fuerza de los expertos.....	13
Conclusiones.....	14
Selección de enlaces.....	16



No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.

INTRODUCCIÓN

Este documento contiene un resumen de las conclusiones de la Jornada “Tendencias en Formación Virtual” que se celebró en Madrid el 29 de noviembre de 2013 y que fue organizada por Telspain, la red de profesionales del e-learning en España. A la Jornada, que se celebró en la Escuela de Organización Industrial (EOI), acudieron profesionales del e-learning de toda España, cumpliendo así uno de los objetivos de Telspain, que es precisamente fomentar la comunicación y cooperación.

Dio la bienvenida a los asistentes Óscar del Moral, Director de Postgrado y Executive Education de la EOI.

La Jornada comenzó con la conferencia "Learning Online: Alone and in Nets, Sets and Groups" a cargo del Dr. Terry Anderson, de la Universidad de Athabasca, y prosiguió con tres workshops simultáneos: “**MOOC**”, “**Plataformas tecnológicas**” y “**eLearning en la empresa**”. Los workshops fueron moderados por Albert Sangrà, Llorenç Valverde y Genís Roca, y contaron con la colaboración de tres expertos por mesa y la participación de los asistentes a cada uno de ellos.

En el caso de los **MOOC**, se abordaron las importantes incógnitas que aún encierran (¿Cómo se financiarán?, ¿Qué papel acaban desempeñando los “badge”?) y se constató el papel decisivo que están tomando en el proceso de reflexión de la formación on-line en su conjunto.

Por lo que respecta a **Plataformas Tecnológicas**, se debatió si son éstas las que se adaptan a los modelos educativos o si más bien está sucediendo lo contrario. También si la interoperabilidad y los estándares son la respuesta a la creciente necesidad de incorporar nuevas herramientas al proceso educativo.

El **eLearning en la empresa** está creciendo, especialmente a raíz de los retos planteados por la crisis económica, y en el workshop se analizó si se está creando tensión organizativa para situar la responsabilidad de gestión de estas plataformas y si el uso, en grandes corporaciones, de distintas soluciones dificulta la interconexión de la información.

Como colofón, ya en sesión plenaria, los responsables de cada workshop compartieron las ideas principales de sus respectivos debates y Fabrizio Magnani, de Gartner, ofreció una sesión con conclusiones generales y recomendaciones. Asimismo, Daniel Burgos, miembro del Comité Gestor y ex presidente y cofundador de TELSpain, clausuró la Jornada.

La Jornada fue, en definitiva, una excelente oportunidad de conocer, de la mano de reconocidos expertos, qué está ocurriendo en las instituciones de referencia de e-learning de todo el mundo y analizar las tendencias que pueden marcar el futuro del área, y desde Telspain queremos compartir el resultado con toda la comunidad de profesionales del e-learning mediante este documento.

Francesc Noguera
Presidente de Telspain

CONCLUSIONES DE LOS WORKSHOP

WORKSHOP 1: MOOC

Participantes

Expertos:

Miquel Duran (UdG)

Paloma Barba (Telefónica Learning Services)

Luis de-la-Fuente-Valentín (UNIR)

Moderador:

Albert Sangrà (UOC)

TEXTO DE INTRODUCCIÓN

Los cursos en línea abiertos y masivos (MOOC) han emergido con fuerza en sectores de nuestra sociedad. Se espera que ayuden a mejorar la educación del conjunto del planeta, al facilitar el acceso al conocimiento. Algunos los ven como una solución para la formación en tiempos de crisis económica.

Los MOOC son una opción más de la educación en línea. Los más significados parten de una base muy elemental: dar acceso a contenidos, sugerir actividades y permitir la interacción entre participantes, asumiendo a menudo un paradigma muy tradicional, lejos del que impulsaron inicialmente los creadores del conectivismo. Uno de sus problemas es el elevado índice de abandono, superior al 80%. Hay quien mantiene que muchos “solo quieren aprender”, y que cuando ya saben lo que quieren, abandonan. Es posible. ¿Acaso se adecuan mejor a determinados perfiles de estudiantes que a otros? Y dado que van evolucionando, ¿cómo son los MOOC actualmente? ¿Cómo garantizar que los estudiantes aprenden, más allá de creer en su palabra?

Christensen acuñó el término “disruptivo” referido a los cambios en la educación, pero ha manifestado que crear oportunidades de aprendizaje es algo muy distinto a facilitar lecciones de profesores grabadas en video. Por lo tanto, ¿qué es lo disruptivo? Este término se creó y se ha utilizado en contextos económicos: lo disruptivo revienta el mercado, porque es capaz de ofrecer el mismo servicio a un precio mucho más barato. Los MOOC son gratuitos. ¿A costa de qué? ¿Son lo mismo a un precio más barato? ¿Cuáles son los costes de elaboración y actualización de un MOOC?

Hay quien cree que la educación en línea no tiene coste. Sin embargo, debe sostener los costes vinculados a su exigencia de calidad: elaboración de recursos de aprendizaje, acompañamiento y

guía docente, proceso de evaluación continua, y la infraestructura tecnológica que sostiene y permite que el sistema se mantenga en funcionamiento entre otros. ¿Qué modelos de negocio pueden sostener en el tiempo el fenómeno MOOC? ¿O, como otras soluciones disruptivas en economía, tendrán una vida efímera? ¿Se puede permitir eso la sociedad cuando afecta la calidad de la educación de sus ciudadanos?

El enfoque de las empresas norteamericanas ha generado serias dudas sobre la finalidad última que empuja sus acciones. ¿Están intentando desplazar la función de las universidades hacia las corporaciones empresariales? Eso supondría establecer un sistema educativo que se doblegue a los intereses de unos pocos: educación “*low-cost*” para la mayoría, y de alta calidad para unos pocos que seguirán asistiendo, como siempre, a universidades elitistas que habrán eliminado buena parte de su competencia y, además, habrán generado dudas sobre el potencial de la educación en línea. ¿Cómo defenderse ante eso? ¿Qué papel pueden jugar los MOOC en el futuro que se está dibujando?

CONCLUSIONES

La visión sobre lo que aportan los MOOC a la educación superior es diversa, y a menudo depende del papel que quien opina juegue en el contexto educativo.

Así, por un lado, las corporaciones del sector tecnológico consideran que se trata de una verdadera revolución, y lo ponen de manifiesto con ejemplos de personas que se han inscrito y han finalizado uno de esos cursos a edades muy tempranas (11 años), o en lugares remotos del planeta (India, África), para demostrar que los MOOC ofrecen oportunidades de aprendizaje a colectivos e individuos que de otra forma no accederían a esa formación, y que son una oportunidad para detectar talentos que podrían pasar inadvertidos. Por otro lado, se aduce que, según datos de la UNESCO, en 2025 unos 80 millones de personas necesitarán disponer de una oferta de Educación Superior, y eso no va a ser posible mediante los instrumentos tradicionales.

Por otro lado, desde el ámbito académico se observa este fenómeno de manera ambivalente. Desde quienes lo ven como una oportunidad de reducir los costes de la educación superior tradicional, hasta los que lo consideran una opción para modificar los modelos docentes existentes, hasta aquellos que creen que pueda ser una nueva forma de establecer vínculos entre la universidad y su entorno, y de singularizarse en medio de una oferta formativa de magnitudes colosales. Todos coinciden sin embargo, en que pueden abrir las puertas y las ventanas de las instituciones universitarias y dotarlas de algo más de transparencia, en el sentido de dar a conocer qué es lo que se realiza en su interior.

Especial es la visión del profesorado, que aún así también es diversa. Hay docentes que han visto en los MOOC la gran oportunidad de darse a conocer, de convertirse en un cierto tipo de estrellas mediáticas que pueden convocar grandes cantidades de participantes a su alrededor. No está claro si el poder de convocatoria lo tiene el docente o la temática que aborda cada MOOC, pero en cualquier caso algunos docentes asumen con gran agrado el protagonismo de que –por el momento- pueden disponer. Sin embargo, otros docentes no ven en los MOOC más allá de una sustitución de los manuales de texto por secuencias de vídeo de más o menos duración.

Uno de los temas que emergen, sin embargo, es la cuestión sobre si va a ser posible que cada persona elabore y ofrezca un MOOC. Se cuestiona el nivel de calidad con el que los MOOC pueden elaborarse si no se dispone de un potente engranaje de producción del mismo, que es lo que tienen las instituciones económicamente más poderosas. En este sentido, cada vez hay más voces que consideran que los MOOC, más que un curso, pueden ser un buen recurso para apoyar el proceso de enseñanza y aprendizaje tradicional, que cada vez más está mutando hacia modelos de características híbridas.

En lo que parece haber acuerdo es que los MOOC fuerzan la asunción de un nuevo rol docente, más orientado a acompañar, tutorizar y dinamizar al conjunto de sus participantes. Sin embargo, esto a veces es contradictorio, puesto que en la mayor parte de los MOOC ahora mismo conocidos, esta función del docente se ha minimizado, incrementándose la percepción que lo que el docente hace es, precisamente, elaborar los vídeos y los materiales complementarios –es decir, potenciar su función transmisora-, mientras que recientes investigaciones demuestran que el grado de interacción entre los propios participantes, y entre ellos y el docente, se reduce drásticamente a partir de la primera semana lectiva, para alcanzar cotas mínimas en las etapas finales del curso.

Este hecho, unido al elevado porcentaje de abandono que, en general y según los datos de las principales empresas que los impulsan –Coursera, Udacity, EdX, MiríadaX-, padecen los MOOC, genera grandes interrogantes sobre los supuestos beneficios educativos que pueden esperarse de ellos.

Ante este escenario, hay quien hace de la necesidad virtud. No se valora tanto cuántos estudiantes finalizan un MOOC, sino cuántos lo quieren comenzar. Además, el discurso actualmente imperante se centra en el potencial de explotación de datos como una vía de mejorar la enseñanza en línea y personalizarla más. De hecho, se apunta que con una magnitud tan importante de estudiantes, se podrá desarrollar una investigación mucho más seria.

Sin embargo, esta postura olvida que la educación en línea nació antes y va mucho más allá de los MOOC. Igualmente, que la investigación desarrollada hasta ahora es tan o más seria que la que se pueda realizar basándose en los datos que ahora se obtengan, entre otras cosas porque no todos

los estudiantes tienen el mismo objetivo ni se toman los MOOC con la misma intención. Algunas voces críticas cuestionan los aires de superioridad con los que algunas empresas del sector aducen que la investigación que se haga ahora sí que será válida, porque eso pone en tela de juicio la que ya se realizaba, y se preguntan si no será que esta, ahora, liderada por algunas empresas pueda tener como objetivo que los datos coincidan con los postulados que ellas propugnan. En cualquier caso, todo el mundo aplaude que exista mayor preocupación por desarrollar más y mejor investigación, como único camino para disponer de evidencias en que basar la toma de decisiones.

Otro aspecto sobre el que emergen interrogantes es sobre el modelo de negocio que puede sostener el fenómeno MOOC. Por un lado, hay quien se sale por la tangente respondiendo que solo se están haciendo pruebas con fuego real, y que después de muchos ensayos aparecerá el modelo más adecuado. Otros opinan que puede haber distintos modelos, que pueden responder a distintas necesidades u objetivos de beneficio económico. Por supuesto, no es lo mismo para aquella empresa que, ayudada por fondos de inversión que exigen una recuperación rápida de lo invertido, con sus correspondientes plusvalías (como es el caso de Coursera), que para iniciativas que no se plantean obtener un lucro a través de los mismos (como en el caso de EdX). Lo cierto es que no se vislumbra un modelo claro que permita pensar en la sostenibilidad de los MOOC.

Pretender, como hacen algunas instituciones –impulsadas por la iniciativa de Pearson, que quiere controlar ese posible mercado-, que solo mediante el pago por examen que recuperará lo invertido es, cuanto menos, aventurado. Por otro lado, esa línea de actuación nos lleva a dar varios pasos atrás en la innovación que están experimentando los sistemas de evaluación más avanzados cuando volvemos a un modelo ya obsoleto de estudio individual y examen diferido en el tiempo. La autoformación existe, en realidad, desde hace siglos, y desde hace décadas se lleva a cabo con mayor o menor fortuna mediante el uso de materiales autocontenidos en diversos formatos. Pretender que los MOOC revolucionan este ámbito es, probablemente, desconocer todo lo que ya ha sucedido con anterioridad.

La cuestión de la sostenibilidad pone de manifiesto, a su vez, otra preocupación: ¿quién pagará lo que cuesta elaborar los MOOC? Los MOOC pueden ofrecerse gratuitamente, pero su elaboración, producción, investigación y, en algunos casos, tiempo de dedicación del profesorado no es a coste cero. Algunas administraciones se frotan las manos pensando que pueden ser la panacea para ofrecer educación –especialmente superior- y formación sin coste para las arcas públicas. ¿Pero va a ser eso realmente así? ¿Van las universidades a cargar con el coste de elaboración de los MOOC sin recibir nada a cambio? Y sobre todo, ¿van a estar dispuestas a seguir gastando parte de su presupuesto en la actualización que los MOOC necesitarán de manera permanente una vez se haya llegado a su punto de inflexión? Es cierto que la financiación puede venir de las empresas interesadas en invertir para obtener otros beneficios: por ejemplo, las empresas de telefonía

buscan el beneficio de más gente conectada para que generen más gastos de transferencia de datos. Sin embargo, experiencias como la de Udacity, que después de discutirles el liderazgo a Coursera y EdX ha decidido, hace pocas semanas, abandonar el negocio de la educación superior porque no ha visto posibilidades de recuperación de la inversión a corto ni a medio plazo, hacen que aparezcan muchas dudas en el horizonte.

Finalmente, y no necesariamente por orden de importancia, debemos hacer mención de un tema de gran importancia: el del reconocimiento y la acreditación de los aprendizajes adquiridos mediante el uso de MOOC. Es curioso observar cómo las mismas universidades que impulsan la elaboración y difusión de MOOC (Harvard, Stanford, Duke...) no los reconocen en los planes de estudio de esas mismas universidades. Cabe preguntarse por qué sucede esto, y si no será porque las propias instituciones no confían en la calidad real de esos recursos.

El debate se centra también en el uso y en la mayor difusión del concepto de *“badge”*, sistema de insignias que manifiestan el reconocimiento de haber adquirido una determinada competencia. Aplaudido por el sector corporativo, parece estar aún lejos de ser ampliamente aceptado por las instituciones de educación superior. Lo que está claro es que ese reconocimiento puede llegar a ser el elemento que permita que los MOOC jueguen un papel central en el sistema de educación superior en los próximos años, o simplemente queden como una buena ocurrencia que no cubrió las enormes expectativas que generaron.

En cualquier caso, y como colofón, nadie puede negar que el fenómeno MOOC está provocando que los docentes y los responsables institucionales hayan tenido que ponerse a debatir sobre cómo la educación en línea –concepto más amplio– puede contribuir de manera decidida a mejorar la educación superior y la formación en general. Solo por eso podemos considerarnos satisfechos.

WORKSHOP 2: PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS.

Participantes

Expertos:

Alex Little (Digital-Campus.org)

Magí Almirall (UOC)

Óscar Alonso (Penteo)

Moderador:

Llorenç Valverde (UIB)

CONCLUSIONES

La conclusión más relevante de este workshop puede resumirse, a modo de titular, de la forma siguiente:

Las plataformas monolíticas han muerto. Viva la interoperabilidad

Para la presentación inicial del debate, el moderador, Llorenç Valverde, catedrático de la UIB y anterior vicerrector de Tecnología de la UOC, propuso el siguiente texto:

Hacia un nuevo paradigma para las plataformas de aprendizaje

La adopción de una determinada plataforma tecnológica para el eLearning por parte de una institución ha ido dependiendo en cada momento de las posibilidades existentes. Así, antes de 1995 no había más remedio que desarrollarlas a medida puesto que no había otras posibilidades, con todas las ventajas e inconvenientes asociados a esta situación. Estos vendrían a ser los Learning Management Systems (LMS) de primera generación. Entre 1995 y 2000 aparecen los primeros LMS comerciales; por lo tanto, y en lo que vendría a ser la segunda generación, los comerciales pasaron a ocupar un lugar al lado de los anteriores. A partir de 2000, la tercera generación, ya se podía elegir entre uno comercial o uno desarrollado en software libre, un escenario que prácticamente convierte en innecesarios los hechos a medida. A partir de 2005 surge la cuarta generación con el objetivo de resolver los problemas asociados a la estructura monolítica característica hasta el momento de los LMS existentes, tanto comerciales como no, que dificulta la incorporación a ellos de nuevas herramientas, las existentes y las que pudieran ir surgiendo en un futuro. Todo ello sin olvidar que, dado el inmenso abanico de posibilidades disponible actualmente, debe ser el modelo de aprendizaje el que debe condicionar la plataforma, con sus funcionalidades o servicios, y no todo lo contrario.

Las herramientas web 2.0 y los contenidos digitalizados han revolucionado esencialmente el campo del aprendizaje virtual. Ha de ser posible utilizar servicios y recursos de la red como herramientas para el aprendizaje y la verdad es que la mayoría de plataformas, tanto las

comerciales como las que descansan sobre software libre, acostumbran a responder a un enfoque monolítico que, si bien pueden contener una amplia variedad de herramientas, no permiten grandes cambios o estos requieren de un esfuerzo considerable. Por ello, parece necesario un nuevo paradigma de plataforma para el aprendizaje, fuertemente centrado en estándares y en un modelo totalmente orientado a servicios, de tal manera que facilite la integración tanto de las plataformas de aprendizaje más comunes como de los servicios y recursos disponibles en la red. No se trata tanto de sustituir a las plataformas para el aprendizaje actuales, sino que se trata de ampliarlas con una nueva dimensión que permita conectar fácilmente cualquier herramienta o contenido externo. De esta manera ha de ser posible conseguir una biblioteca de recursos red casi ilimitada: Wikis, blogs, microblogs, facebook, bibliotecas digitales, contenidos digitales de todo tipo y cualquier otro servicio susceptible de ser utilizado como herramienta de aprendizaje, si así lo recomienda el correspondiente modelo educativo.

Después del correspondiente resumen de estos conceptos a cargo del moderador, los ponentes procedieron con sus presentaciones:

Óscar Alonso, de Penteo, plantea la suya a partir de los cuatro paradigmas que las tecnologías digitales han posibilitado y que quedan resumidos por la sigla SMAC: de Social, Mobile, Analytics y Cloud. Este entorno está cambiando cómo colaboramos, la relación con nuestros clientes, cómo compramos tecnología, nuestra relación con el gobierno, cómo financiamos nuestros proyectos y, sobre todo, en cómo aprendemos. Plantea, a continuación y para el debate, algunas cuestiones relacionadas con las ventajas e inconvenientes de las plataformas para el elearning, teniendo en cuenta el nuevo entorno. A los efectos del debate, entre estas cuestiones, destacan las que se refieren a si debe adoptarse una única plataforma o una arquitectura híbrida compuesta y si se debe optar por Open Source o no, y por Software as a Service (SaS) o por un centro de datos propio.

Magí Almirall director de Tecnología Educativa de la UOC, por su parte plantea directamente la cuestión de la interoperabilidad, de hecho el título de su presentación deja poco espacio para las dudas: La interoperabilidad como plataforma. Ilustra su punto de vista con la experiencia de la evolución experimentada por la plataforma de la UOC, que subsume en buena medida los paradigmas que Óscar Alonso ha usado para describir el entorno SMAC. Completa su presentación con ejemplos de integración de aplicaciones diversas implementados en campus virtual de la UOC.

Finalmente, Alex Little, director de Digital Campus.org, describe con detalle la implementación que ha liderado el desarrollo y implementación de Oppia Mobile, una plataforma para móviles destinada a la formación de trabajadores de la salud en Etiopía. Es multilingüe, está basada en

open source, soporta videos, cuestionarios y otras actividades. Además, puede trabajar completamente off-line. En su conjunto, además de cubrir otras necesidades, Oppia Mobile, resulta también ser una respuesta al entorno mencionado anteriormente, en su particular implementación en lugares donde los teléfonos móviles son los dispositivos más accesibles, sino es que son los únicos.

A partir de estas presentaciones, empieza el debate, en el cual se abunda, en primer lugar, sobre las cuestiones relacionadas con instalar o no la plataforma en un centro de datos propio o contratar el servicio (SaS). La opinión más generalizada va en la dirección de apuntar que dicha decisión dependerá de si se trata de un institución (universidad) pública o de una empresa privada. En el caso de centro de datos propio, la opciones dominantes serán, sin duda, Open Source.

También hay un cierto consenso en lo que se refiere a las limitaciones de las plataformas actuales, en relación con las demandas de los usuarios, cada vez más habituados a usar opciones como las redes sociales y que exigen que sus escenarios de formación no difieran de sus escenarios habituales. Ello lleva a la necesidad de dotar a las plataformas de una mayor flexibilidad y capacidad de adaptación al entorno cambiante que dibujan las tecnologías digitales. Se apunta lo que ha ocurrido con los MOOC como ejemplo de este entorno cambiante y la necesidad que las plataformas tengan capacidad para responder a este tipo de cambios, tanto a los derivados de su aparición, como los asociados a su desaparición. En definitiva, la interoperabilidad, basada en estándares, puede ser la solución a muchas de estas demandas.

Por otra parte, también se apunta que este cambio de paradigma estará condicionado por la actual escasez de recursos económicos y que, según todos los indicios, la situación no va a mejorar sensiblemente en un futuro inmediato. Todo ello, y a pesar de que se apunta que los creadores de una de las plataformas actuales más extendida sigue creyendo en el futuro de las mismas, la conclusión más importante del debate es la que se ha intentado resumir con el titular: Los LMS monolíticos han muerto. Viva la interoperabilidad.

WORKSHOP 3: ELEARNING EN LA EMPRESA

Participantes

Expertos:

Óscar del Moral (EOI)

José Luis de Federico (BizPills)

Pilar Feliz (Gas Natural Fenosa)

Moderador:

Genís Roca (RocaSalvatella)

TEXTO DE INTRODUCCIÓN

Hace ya más de una década que la mayoría de las grandes empresas utilizan masivamente la formación en línea como recurso para el desarrollo de personas y equipos. De los iniciales aularios virtuales se ha avanzado hasta los actuales entornos de conocimiento compartido, con la consiguiente evolución no solo en las plataformas, sino también en los roles y las metodologías.

De los iniciales objetivos docentes se ha pasado a la actual orientación al trabajo colaborativo, y, por lo tanto, al negocio. En este contexto los departamentos de formación pierden protagonismo frente a los de organización, y las plataformas de e-learning compiten con las intranets. Ya son muchas las organizaciones que disponen de múltiples entornos virtuales, cada uno adscrito a un punto diferente del organigrama, con la consiguiente dispersión y enfrentamientos directivos.

Hay una clara tensión organizativa por definir a quién corresponde el liderazgo de estos entornos. Son muchos los departamentos interesados en disponer de un entorno virtual para sus objetivos (organización, innovación, formación), por no citar el ámbito país en el caso de las multinacionales), pero además en cada una de ellos hay la duda de si deben ser espacios muy reglados por la dirección o más abiertos a los impulsos de cualquier miembro de la organización.

Todo ello genera una gran actividad digital en las compañías. Múltiples plataformas, roles y objetivos coexistiendo, y lo acumulado ofrece un nuevo conjunto de datos que permite saber más que nunca de cada empleado y equipo, algo que sin duda acabará modificando la manera de evaluar y dirigir.

Integrar plataformas, reordenar el *governance*, orientar las metodologías al desarrollo de negocio, definir roles y funciones, consolidar datos y rediseñar los cuadros de mando..., el e-learning se ha hecho mayor y las organizaciones afrontan el reto de consolidarlo ya centradas en el negocio.

PRINCIPALES IDEAS FUERZA DE LOS EXPERTOS

Oscar del Moral (EOI)

- Hay que tener en cuenta el perfil profesional destinatario de la acción
- Hay que tener en cuenta la necesidad formativa que impulsa la acción: puede ser de negocio, o puede ser necesidad de acreditación
- A veces la formación debe atender diferentes objetivos: unos formales (académicos) pero aparecen otros como el clima, la cohesión del grupo, la vinculación con la empresa, etc...
- Es más que dudoso que la formación online sea más barata que la formación presencial

José Luis de Federico (BizPills)

- eLearning va de plataformas y contenidos
- Las plataformas de código libre no son la opción buena, porque éstas sólo atienden objetivos de formación, como mucho de intranet... pero es casi imposible que una plataforma de código libre pueda aglutinar e integrar todas las necesidades de la organización.

Pilar Feliz (Gas Natural Fenosa)

- El entorno online como mecanismo de ayuda en los procesos de fusión entre empresas
- El reto de ofrecer e-learning a colectivos profesionales muy diversos, con distintos niveles de capacitación digital
- La coexistencia de diferentes entornos online de formación y comunicación en una misma empresa, y la necesidad de colaborar.
- El e-learning debe aportar valor al negocio
- Preguntar al manager si el curso en el que han participado miembros de su equipo le ha ayudado en objetivos de negocio
- Se necesitan entornos online para el personal externo a la organización
- Capturar el conocimiento interno de los expertos de la propia organización, y ponerlo a disposición del resto de los empleados

CONCLUSIONES

1- La orientación a negocio

La actual situación de crisis ha incidido no sólo en optimizar procesos y costes, sino también en que todas las áreas funcionales se orienten a la mejora de negocio y de resultados.

Los departamentos de formación ya no pueden refugiarse sólo en los procesos de transferencia de conocimiento, y deben buscar formas para incidir claramente en la mejora del negocio. Los resultados de un proceso de formación deben medirse con indicadores de negocio, no con indicadores de actividad docente.

La orientación a negocio conlleva que los entornos de formación online muten a entornos de trabajo en equipo, de comunicación interna... y que por tanto pasen a competir con otros entornos online como la intranet o los espacios de gestión de proyectos.

La multiplicidad de espacios no hace más que demostrar la dificultad de resolver correctamente la gestión del conocimiento, un concepto ya arduamente explorado en los 90, revisitado en los 2000 con la llamada Web 2.0, y que sigue sin resolver de manera satisfactoria porque en las organizaciones no se pasa el conocimiento de una persona a otra con la misma fluidez que sucede en el exterior. Quizá por el temor del empleado a dejar de ser imprescindible y arriesgar su empleabilidad si comparte todo su conocimiento.

2- La integración de plataformas

En grandes organizaciones es habitual que con el tiempo acaben coexistiendo distintas plataformas, bien sea porque han sido impulsadas desde distintas áreas funcionales, desde distintos países, o con distintos objetivos.

Esta multiplicidad de plataformas en una misma organización es indeseable, pero inevitable. Las razones que justifican tal proliferación no son técnicas, sino que se derivan del mapa de poder de cada organización. Cada plataforma rinde cuentas a un punto distinto del organigrama, y su posible agrupación depende de los niveles de colaboración y complicidad que existan entre directivos y áreas funcionales.

La actual diversidad de espacios impide el cruce de datos de actividad y dificulta enormemente la gestión del conocimiento o la identificación de perfiles

No hay big data. No se explotan datos para diseño de carreras profesionales o identificación de talento.

3- Datos e indicadores

En plena época de Big Data, estas plataformas deberían aportar nuevos flujos de datos para la mejora de la gestión. Hay, o podría haber, datasets generados en estas plataformas que puedan ayudar a detectar talento, a diseñar carrera profesional de los empleados... pero la mayoría de plataformas siguen basadas en indicadores obsoletos.

No hay métricas nuevas de aprendizaje. La empresa sigue orientada a evaluar si el participante es empleable y si ha seguido correctamente el itinerario trazado, mientras que el participante sigue orientado a confirmar que la empresa le reconoce el esfuerzo y que va a tener incidencia en su desarrollo profesional en la compañía.

Pero hay que trabajar nuevos sistemas de reconocimiento: por rol, por actividad, por conocimiento... económicos, reputacionales o académicos. Las Universidades deberían reconocer competencias adquiridas en entornos corporativos (trabajo en equipo, etc...)

4- El estilo

La herramienta es lo de menos. Eso que denominamos e-learning no depende de la plataforma tecnológica, sino de si realmente se producen procesos de transferencia de conocimiento. Personas que se ponen en contacto con personas.

Hay un debate eterno sobre si el conocimiento y los procesos colaborativos surgen entre pares, de abajo arriba, o dirigidos por la empresa de arriba abajo. Si son dinámicas conducidas o espontáneas. Si los roles y perfiles necesarios son formales o informales... Y la conclusión parece clara: en entornos corporativos los entornos más estables y útiles para el negocio son los impulsados por la propia empresa, con dinámicas y roles establecidos, con objetivos claros y plazos concretos. Las dinámicas más espontaneas, pese a ser espectaculares en ocasiones, son más azarosas, difíciles de estabilizar y demasiado supeditadas a personas concretas difícilmente replicables.

5- El Governance

En esta nueva fase en que ya no es sólo formación, sino también colaboración, trabajo en equipo, etc, el reto es averiguar qué departamento debe tener el control de las plataformas: Recursos humanos, Organización, Formación, etc. El escenario ideal sería el de una fuerte coalición directiva, pero es algo igual de deseable que de complicado.

SELECCIÓN DE ENLACES

Web de TelSpain: <http://www.telspain.es/>

Web de la jornada: http://www.uoc.edu/portal/es/symposia/jornada2013_telspain/

(1) Vídeo de la jornada: <http://unir.adobeconnect.com/p131bvcfuoi/>
