

Modelo y comportamiento del usuario

Durante las 2 últimas décadas han surgido una serie de estudios con el objetivo de dar un respaldo teórico a la educación a distancia como opción válida a la hora de adquirir conocimientos y a la hora de impartirlos. Con el avance del desarrollo tecnológico y de su evidente masificación, la modalidad de e-learning surge como una evolución natural de la educación a distancia tradicional, por lo que gran parte de los avances que se realizaron en ese respaldo teórico son aplicables al e-learning.

La teoría dice que en la educación a distancia sobresalen 3 papeles:

1. El modelo del profesor presencial se ve reemplazado por el del tutor (por darle un nombre, actualmente no existe consenso en este detalle)
2. El nuevo modelo del alumno.
3. La nuevas técnicas de diseño instruccional.

En este punto nos interesará el nuevo rol que debe tomar el alumno presencial al transformarse en un alumno a distancia.

Primero hay que destacar que se requiere superar el paradigma tradicional de aprendizaje como reproducción dogmática del conocimiento, en el cual el estudiante es un recipiente que depende de los datos con que el profesor lo llene progresivamente. Entonces se trata de asumir el carácter de sujeto que tiene el estudiante con su capacidad de aprender como una nueva forma de mirar el mundo, de pensar, sentir y hacer. Desde esta óptica el estudiante está en la posibilidad de asimilar para recrear, de sensibilizarse para imaginar y expresarse, de observar para preguntarse. Así el proceso de aprender reconoce en el sujeto que aprende una serie de conocimientos previos desde la teoría y desde la práctica cotidiana, con los cuales interactúan los nuevos conocimientos que la Universidad le ofrece al estudiante.

El estudiante es el elemento medular en todo el quehacer educativo; en función de él se estructura todo el proceso, pues es el destinatario de todas las acciones educativas encaminadas a que aprenda de manera flexible y autónoma. Por ello, todos los involucrados (planificación, diseño, docencia, tutoría, etc.) deben conocer cuáles son las características que distinguen a un estudiante presencial de uno que estudia a distancia, sobre todo para entender los factores que inciden en el aprendizaje, el rendimiento y la deserción.

La interacción es otra de las características de la modalidad educativa a distancia; el estudiante interactúa con los docentes, los compañeros, los materiales, la interface comunicativa y la institución que provee los requerimientos para llevar a cabo la educación a distancia. Para que esta interacción sea posible, es necesario utilizar diferentes medios, dependiendo del tipo de interacción que se desee establecer, ya sea real o

simulada. El estudiante a distancia debe estar familiarizado con estos medios y debe tener acceso a ellos.

En un análisis inmediato podemos obtener tres razones básicas del por qué se elige la educación a distancia:

Tiempo. Nuestro modelo social actual exige unos horarios más estrictos, con más horas por día y más días por semana de actividad profesional. Esto lleva un intento desesperado de obtener el máximo rendimiento del tiempo disponible.

Distancia. Cada vez es más frecuente trabajar con personas separadas geográficamente y unidas mediante cualquiera de los medios de comunicación modernos. Para quien vive en una capital de provincia, y según qué provincias, estudiar presenta más posibilidades entre las que escoger. Para quien vive en un medio rural o en una población alejada de las grandes ofertas mediáticas, esta actividad puede resultar un imposible.

Dinero. El ahorro de costos, bien por desplazamiento, bien por modalidad de estudio o por cualquier otro motivo, es un fuerte argumento para fomentar el e-learning.

En cuanto al comportamiento del alumno a distancia, la teoría estipula que él desarrolla tres fases representativas de sus actitudes. Cada fase representa un grado o nivel de madurez del estudiante como participante en un ambiente de aprendizaje a distancia.

Conformista:

Busca la aceptación del tutor (por darle algún nombre al nuevo modelo de profesor) y del grupo.

Tiende a analizar material educativo ya discutido por compañeros o el tutor.

Selecciona el material con un criterio de popularidad.

Consciente:

Busca un estándar para una autoevaluación de su avance.

Tiende a analizar material educativo no discutido aún por el tutor pero relacionado con los temas ya discutidos.

Selecciona el material con un criterio de relevancia.

Autónomo:

Presenta autonomía e independencia del grupo y del tutor, siendo capaz de un aprendizaje auto dirigido.

Tiende a analizar material educativo no discutido por compañeros o el tutor y no necesariamente relacionado con los temas discutidos.

Selecciona el material con un criterio de novedad.

Por otra parte el estudiante a distancia debe tener las siguientes actitudes:

- Pensar de manera crítica sobre el material.
- Colaborar con sus compañeros.
- Localizar información relacionada.

Además de estas actitudes, el estudiante a distancia debe poseer las siguientes habilidades:

- Administración del propio aprendizaje:

Eso incluye habilidades para identificar información y conocimientos relevantes y evaluar la utilidad de los mismos después del aprendizaje.

- Administrar el tiempo para su aprendizaje autodirigido:
- Ordenar su material identificando diversas perspectivas y utilidad.

El estudiante a distancia está físicamente distante a su instructor, tiene experiencia en la planeación de su aprendizaje y participa activamente interactuando con su tutor.

Una conclusión importante al momento de definir un modelo del estudiante a distancia es que éste no debe aislarse de los modelos del profesor (nuevo modelo) ni del de diseño de contenidos, ni de los demás involucrados en el proceso de enseñanza a distancia (no sólo e-learning) debido a que todos ellos son modelos que interactúan íntimamente, de hecho concebir cada uno de ellos por separado e independientes entre sí, generará bajas evaluaciones de la calidad de los programas, debido a contenidos mal diseñados o mala función del tutor o bien mala definición y enfoque de los programas en general.

Según se puede apreciar, la teoría ya no está tan preocupada del comportamiento del alumno a distancia, sino de fundamentar teorías para el desarrollo adecuado de material didáctico para ellos o bien para generar tutores capaces de responder a las necesidades que presenta la educación a distancia (no tan sólo para e-learning). En todo caso podemos rescatar los siguientes puntos claves en el comportamiento de un alumno que selecciona e-learning como su opción de educación:

Posee una mentalidad distinta, sobre todo en lo que se refiere a lo que él espera aprender y de la manera que lo va a hacer. En este sentido es más maduro.

Dada su posible experiencia laboral, será capaz de evaluar consciente y objetivamente la calidad y utilidad de los contenidos que se le entreguen durante la duración de sus estudios en el programa.

Es característico de él seleccionar este modo de educación a distancia principalmente por factores de tiempo (sobre todo si va a convertirse en alumno de programas de postgrado, postítulo o de actualización profesional). Le es imperativo invertir (por no decir sacrificar) la menor cantidad de tiempo libre posible.

Por factores sociales, (el alumno posee trabajo, familia, etc.) que es necesario pensar en que posiblemente ya no existen en él hábitos ni espacios exclusivamente dedicados al estudio.

Para asegurar el éxito de los diversos programas que se diseñen e impartan será necesario considerar todos estos factores.

Nuevos retos

Las instituciones de educación superior tenderán a importar y exportar servicios de educación globalmente. Países como Australia, Reino Unido o Estados Unidos se posicionan actualmente como exportadores de servicios educativos, frente a los importadores como India o Sudáfrica. Otros países como China o Tailandia se presentan como modelos autárquicos que desarrollan sus propios servicios. Por otro lado, los países de habla hispana deben aprovechar su enorme mercado, desarrollando productos de formación e investigación adecuados que potencien el conocimiento como motor de desarrollo, tratando de evitar convertirse en importadores de servicios de educación e investigación.

La creciente importancia del conocimiento y la inadecuación de los servicios educativos tanto universitarios como empresariales, fuerzan a las empresas a crear sus propias universidades, denominadas universidades corporativas. Actualmente en Estados Unidos existen 2.000 universidades corporativas, y se estima que al final de la década sean 3.700 las universidades que presten sus servicios a las empresas. En el caso de Europa el número es menor, existiendo entorno a las 100, con una clara tendencia de crecimiento. Su objetivo genérico consiste en la búsqueda de la integración de sus estrategias de formación y desarrollo con las estrategias de negocio, desarrollando y potenciando el capital intelectual para lograr los objetivos corporativos.

Para lograrlo forman a sus cuadros directivos (Daimler Chrysler) o a todos los empleados (British Telecom) ofreciendo formación tanto a su personal como a clientes y proveedores. Las universidades corporativas no se dedican únicamente a formar a sus empleados sobre materias específicas, sino que prestan servicios de formación genéricos para personas que no pertenecen a la organización, representando una competencia creciente para las

universidades tradicionales. Tras este primer paso, la investigación también pasará a ser realizada por universidades corporativas o consultoras especializadas. Por ejemplo, los más de 90.000 cursos soportados en su totalidad o parcialmente sobre los LMS (Learning Management Systems) están integrados ya en los planes de estudios del 60% de las universidades en Estados Unidos (Forbes, 2000) lo que implica el surgimiento de varios modelos de "e-ducación":

1.- Los denominados "pure-players" o instituciones virtuales en su totalidad, que imparten integralmente la formación a través de Internet, con apenas presencia física.

2.- Las instituciones "bricks and clicks" o instituciones presenciales que han integrado las tecnologías en sus procesos, ofreciendo formación presencial basada en las tecnologías, formación virtual y programas mixtos. Este es el primer paso de las instituciones en la transformación, para pasar posteriormente a la creación de productos virtuales ofrecidos en mercados globales. Como ejemplo del imperativo de integración de las TIC, encontramos que un 29% de las escuelas de negocios utilizan Internet para apoyar sus clases, y un 77% de los alumnos de pre-grado y un 87% en los estudios de MBA usan regularmente el correo electrónico, y el 98% dispone de web con dominio propio (AACSB, 1999).

3.- Los consorcios o grupos de instituciones que lanzan su plataforma virtual para realizar ambas dimensiones del e-learning: formación virtual pura e integración en la docencia tradicional. Por ejemplo, Unext.com, que ha desarrollado una alianza estratégica con University of Chicago, Stanford y Columbia para desarrollar cursos directivos integrados en la Unext Cardean University, institución acreditada por la Comisión of the Distance Education Training Council (Wolinsky, 2000). Hay que tener en cuenta que menos del 1% de la población mundial tiene posibilidades de estudiar hoy en Stanford o Columbia por métodos tradicionales.