

**LA FORMACIÓN EN ENTORNOS EMPRESARIALES: PROCESOS DE
COMUNICACIÓN INTERACTIVOS MEDIADOS POR TIC'S Y MEDIOS DE
COMUNICACIÓN**

RICAURTE-PERDOMO JENNIFER

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA – UNAB –
UNIVERSIDAD OBERTA DE CATALUÑA – UOC –**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN
Transdisciplinariedad, Cultura y Política
Bogotá, Septiembre 2010**

**LA FORMACIÓN EN ENTORNOS EMPRESARIALES: PROCESOS DE
COMUNICACIÓN INTERACTIVOS MEDIADOS POR TIC'S Y MEDIOS DE
COMUNICACIÓN.**

RICAURTE-PERDOMO JENNIFER

**Trabajo de grado presentado para optar el título de:
MAGÍSTER EN E-LEARNING**

**Director proyecto:
BENAVIDES-CAMPOS JULIO EDUARDO**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA – UNAB –
UNIVERSIDAD OBERTA DE CATALUÑA – UOC –**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN
Transdisciplinariedad, Cultura y Política
Bogotá, Septiembre 2010**

CONTENIDO

RESUMEN.....	6
INTRODUCCIÓN.....	7
1. ESTADO DE ARTE	9
2. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	14
2.1. Actividades	14
2.2. Procedimiento.....	17
3. RESULTADOS	19
3.1. Contexto comunicativo. Percepción de las TIC'S para la comunicación - interacción.....	19
3.2. Procesos de comunicación, autoaprendizaje y uso de las TIC'S para el diseño del curso.	22
3.3. Tipo de comunicación y papel del las TIC'S en los procesos de socialización. ...	25
4. CONCLUSIONES.....	27
4.1. Discusión.....	27
4.2. Propuesta de un proceso comunicativo para cursos de autoaprendizaje virtual. 29	
4.2.1. Elementos para favorecer aprendizaje a partir de la comunicación objeto- sujeto. 30	
4.2.2. Elementos basados en las teorías de la comunicación.....	31
4.2.3. Elementos relacionados con el modelo educativo: constructivismo.	33
4.3. Sugerencias para investigaciones futuras.....	35
Bibliografía.....	40

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Estructura de la encuesta dirigida a diseñadores	15
Tabla 2. Estructura de la encuesta dirigida a docentes	15
Tabla 3. Estructura de la encuesta dirigida a estudiantes.....	15
Tabla 4. Estructura de la encuesta general.....	15
Tabla 5. Muestra	19
Tabla 6: Resultado autoevaluación estudiantes.....	26

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Preferencias entre informar y comunicar	20
Figura 2. Lo que permite un espacio de interacción virtual	20
Figura 3. Tipos de participación en foros	21
Figura 4. Debilidades en la participación en foros	22
Figura 5. Tipos de material en el curso observado	23
Figura 6. Tipo de contenidos comunicativos	24
Figura 7. Actividades utilizadas en curso virtual	24

RESUMEN

La formación en entornos empresariales: procesos de comunicación interactivos mediados por TIC's y medios de comunicación.

**Ricaurte-Perdomo Jennifer
Benavides-Campos Julio Eduardo (Director proyecto)**

Una de las fortalezas de la educación virtual es la interactividad, la generación de una sociedad de conocimiento, sin embargo, los cursos diseñados para un contexto de formación empresarial tienden a ser de tipo auto aprendizaje. Por lo tanto, existe la inquietud si se requiere pensar la comunicación de una manera distinta, si para el diseño de esos cursos virtuales se tiene en cuenta algún modelo de comunicación y por ende, si las actividades son reflejo de este mismo. Para ello, se realizó el seguimiento a una entidad que oferta este tipo de cursos donde se aplicaron encuestas a los diseñadores, estudiantes, docentes y se observó el desarrollo mismo de uno de los módulos. Con el análisis de resultados, se logró determinar aquellos elementos esenciales para las personas que directamente se relacionan con esta clase de formación, lo que podría considerarse una propuesta que entrega estrategias para favorecer la interactividad, el aprendizaje y la socialización durante la enseñanza aprendizaje.

PALABRAS CLAVE. Interactividad, Comunicación, Educación Virtual, Formación empresarial, Enseñanza Aprendizaje.

GRUPO DE INVESTIGACIÓN. Transdisciplinariedad, Cultura y Política

INTRODUCCIÓN

El contexto del mundo empresarial enmarca los procesos de capacitación y en especial, las necesidades para maximizar el tiempo de los empleados, se convierte en uno de los principales dirigentes de la actividad formativa. Es así como los cursos virtuales se han convertido en la mejor respuesta a esta variable. En general, un curso ofrece un objetivo claro para el aprendizaje en corto tiempo y con una autoevaluación específica que lo determine.

Esto entonces podría hacer pensar que el modelo comunicativo para cursos virtuales en contextos empresariales tiene una tendencia lineal, funcional y con un feed back más de carácter individual que grupal o entre emisor – receptor. Y es aquí entonces donde el objetivo de la presente investigación se centró, para determinar si es suficiente pensar la comunicación de esta manera o si las nuevas tecnologías de la comunicación pueden aportar de otra manera buscando eficiencia y eficacia al proceso interactivo que se da en dicho contexto.

Para ello, se realizó un estudio de caso con una de las entidades que ofertan formación virtual a nivel empresarial. El proyecto se dividió en dos fases: 1. Seguimiento a uno de los cursos, el que tenía en ese momento estudiantes en proceso de aprendizaje. 2. Aplicación de encuestas a diseñadores, docentes y estudiantes. En las dos fases se trató de identificar elementos relacionados con la interactividad comunicativa en los procesos de enseñanza aprendizaje mediados con TICs, que luego de su análisis, conllevó a generar una propuesta en donde se dieron a conocer estrategias que aportaran al proceso comunicativo y por ende al de formación virtual en este tipo de contextos.

Los resultados fueron evidentes respecto a cómo el contexto empresarial marca la diferencia en el proceso de interacción comunicativa durante el desarrollo de un curso. Los estudiantes prefieren poco contacto con el docente y le dan más importancia al contenido de los módulos temáticos. Sin embargo, consideran esencial que el diseño sea rico en imágenes y que además contenga voz para no perder el contacto comunicativo.

A continuación se presenta el documento de la investigación que se divide en cuatro capítulos. El primero, el estado de arte, que permite identificar el marco conceptual y la relación con algunos investigadores que estudiaron los elementos claves del proyecto como son: Comunicación, interactividad, formación en entornos empresariales, autoformación, autoaprendizaje, información, entre otros.

En el segundo capítulo, se describe la manera cómo se desarrolla la investigación, detallando la muestra, los instrumentos de evaluación y los pasos de la metodología utilizada.

El tercer capítulo, presenta los resultados obtenidos categorizados en 3 ejes: Contexto comunicativo, procesos de comunicación, autoaprendizaje y uso de las TIC'S para el diseño del curso y el tipo de comunicación y papel de las TIC'S en los procesos de socialización.

Por último, el cuarto capítulo, deja conocer el principal factor de discusión de la investigación relacionado con las fortalezas de las TIC'S para la comunicación, interacción en entornos de formación empresarial; así como también, una propuesta para el diseño de cursos en este tipo de contextos y las sugerencias para investigaciones futuras.

1. ESTADO DE ARTE

Es indudable que la educación es uno de los procesos fundamentales para el desarrollo del ser humano y por ende de una sociedad. Hoy en día es visible en todos los contextos sociales, entre estos el empresarial, puesto que las organizaciones cada día ven en la formación, una estrategia indispensable para alcanzar sus metas.

Las TICs, su implementación, uso y recursos, también llevan de la mano cambios para la sociedad, quien las aprovecha para alcanzar fácilmente información y conocimiento, exigiendo nuevos retos, nuevos públicos, nuevas demandas formativas, expresivas y por ende comunicativas. Tal y como lo afirma Vizer “las TICs, y básicamente Internet, generan lógicas de funcionamiento y organización técnica, económica, social, cultural, perceptiva totalmente diferentes a la de los medios tradicionales”¹

No cabe duda entonces, que cada vez más se fortalece el papel de las TICs enunciada con frecuencia cuando hacen parte de procesos educativos, es decir, cuando se habla de educación virtual, está directamente relacionada con las posibilidades de comunicación; puesto que favorecen la interacción no solo con los contenidos, sino también con los docentes y estudiantes.

Desde el entorno empresarial, en América Latina, las investigaciones indican que la capacitación sigue siendo muy limitada en términos generales. “La formación es vista, podría decirse que a nivel mundial, como una actividad de servicios internos, y por lo tanto, no es considerado como un proceso vital para los objetivos del

¹ VIZER Eduardo. La trama (in)visible de la vida social: comunicación, sentido y realidad. La Crujía, Buenos Aires. (2003)

negocio ni mucho menos para toda la organización”². Para ello, se encuentra autores como Clark que “sugiere mostrar cualquier proyecto formativo desde una visión comercial, en donde la publicidad, promoción y análisis previo del contexto, lleven a motivar, promocionar y centrar la atención en las necesidades de la empresa. Dentro de los elementos centrales de su propuesta está la motivación para quién aprende, donde las estrategias comunicativas son esenciales para aprovechar los valores que tienen las personas a determinados medios de comunicación a fin de influir en su motivación para aprender”³.

La expectativa empresarial ante cursos de formación en la última década se está inclinando hacia la virtualidad. Por tal motivo, los cursos virtuales o de corta duración que implican además un alto autoaprendizaje son los que invaden el mercado; no obstante, hay estudios sobre este tipo de formación que llevan a la reflexión en algunos aspectos. Por ejemplo, Maguire, realizó una investigación de tipo experimental, implementando en un grupo el autoaprendizaje en donde el papel del docente era de orientación y organización de los grupos para debate.

“Inicialmente, el grupo evidenció buenas calificaciones, pero baja confianza en sus aprendizajes, solicitaron que no fuera 100% autoformación requiriendo mayor interacción con el docente. Posteriormente en otro estudio, incluye un curso previo para entregar estrategias de aprendizaje autónomo con el ánimo de favorecer la confianza y durante el desarrollo del programa, decidió distribuir el tiempo en dos jornadas de autoaprendizaje por una de presencialidad. Los resultados de este estudio, nuevamente mostraron mejores calificaciones, aunque a su vez evidenciaron que dos aspectos negativos: el aumento de la individualidad y la nula cooperación, se

² MERTENS Leonard. La Gestión por Competencia Laboral en la Empresa y la Formación Profesional. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). Editorial Cumbre Iberoamericana, Madrid – España. (2000). ISBN: 84-7666-088-X.

³ CLARK Richard. New Techniques for Effective Training Management. En: Journal of European Industrial Training. Bradford. (1992). Tomo 16, Nº 6; pg. 3, 4 pg.

convirtieron en aspectos que interfirieron para que los estudiantes alcanzaran en un menor tiempo los logros de aprendizaje. De igual manera, se identificó que era un curso centrado en el profesor, por lo que no tenía en cuenta la diversidad de los estudiantes durante las interacciones con ellos. Esto muestra, que es un estudio que valora este tipo de formación, pero es evidente que requiere tener cuidado con algunos aspectos para el diseño de un curso de esta naturaleza: Confianza del estudiante para aprender sólo. El individualismo vs. Cooperativismo. Papel del docente. Heterogeneidad vs. Homogeneidad de los grupos; y por supuesto, que no sean cursos centrados en el profesor durante sus procesos comunicativos”.⁴

A pesar de los buenos comentarios y resultados obtenidos en diversos estudios, la formación virtual puede presentar algunas debilidades en cuanto a comunicación se trata. Es así como Garrison R., Cleveland-Innes M.⁵ recopilaron información de algunos autores:

“Entre los citados se encuentran a) Angeli, Valanides, y Bonk (2003) quienes afirman que los estudiantes no siempre están dispuestos a participar en el discurso crítico, especialmente si este se encuentra en un entorno de aprendizaje en línea. Estos autores estudiaron la calidad del discurso en línea donde había un bajo nivel de tutoría; encontrando que sólo "en el 7% de las respuestas estaban justificadas las opiniones y reivindicaciones". b) Del mismo modo, Hiltz y Wu (2004) informaron que los debates en línea están relacionados a lo que se percibe del aprendizaje, pero varían de acuerdo con el enfoque de instrucción. Declararon que el papel del instructor es crucial para la eficacia de los debates en línea: "La orientación en línea de temas de debate más estructurado y un tiempo considerable de dedicación de los instructores son necesarios". c) Hay et al. (2004) encuentran en un estudio

⁴ MAGUIRE Tom. Autoaprendizaje: Estrategias y Práctica. Domènech Edicions, Barcelona. (1993). www.xtec.es/~jmaguire/articles/Autoaprendizaje.rtf Consultado el 8 de mayo de 2009.

⁵ GARRISON Randy, CLEVELAND-INNES Martha. Facilitating Cognitive Presence in Online Learning: Interaction Is Not Enough. En: The American Journal of Distance Education. Philadelphia. (2005). Tomo 19, No. 3; pág. 133.

comparativo de los cursos en línea y tradicionales, que "la interacción instructor – estudiante, fue la más fuerte de las dos medidas de la interacción [estudiante-estudiante], en términos de predicción de la eficacia de ambos tipos de entrega". La razón principal es que los instructores están más relacionados con el cumplimiento de las necesidades de la interacción. d) Por último, se expone que si se quiere que los estudiantes alcancen un alto nivel de pensamiento crítico y construyan conocimiento, la interacción o discurso debe ser estructurado y coherente (Aviv et al. 2003; Pawan et al. 2003; Thomas 2002; Wu y Hiltz, 2004)".

Sin embargo, cabe resaltar que el mayor número de artículos cita que el aprendizaje virtual se da gracias a las potencialidades de las TICs por ofrecer herramientas indispensables para la comunicación – interactividad. Entre estos se encuentra un estudio realizado por Rovai y Barnum⁶

“Con 328 estudiantes de posgrado matriculados en 19 cursos en línea de una Universidad Cristiana en el estado de Virginia, quienes tienen implementado un proyecto e-learning en Blackboard.comSM. Los datos fueron recogidos durante las tres últimas semanas del semestre y durante una semana posterior al final de clases, para que los estudiantes tuvieran tranquilidad al exponer su evaluación del curso. Se aplicó una encuesta para medir la percepción del aprendizaje y las interacciones fueron grabadas por el sistema Blackboard.comSM, el cual permite la generación de informes sobre el uso y el curso de la actividad. En particular, se realizaron dos medidas de la interactividad: (a) la interacción práctica-por el número de los mensajes enviados al campo de discusión de los estudiantes por semanas, y (b) la interacción pasiva-en funcionamiento por el número de accesos para el curso de discusión de los estudiantes por semana. Los resultados mostraron que la percepción de la calidad de aprendizaje estaba directamente relacionada con la interacción activa. Los estudiantes que fueron medidos con alta

⁶ ROVAI Alfred, BARNUM Kirk. On-Line Course Effectiveness: An Analysis of Student Interactions and Perceptions of Learning. En: Journal Of Distance Education Revue De L'éducation À Distance. Spring/Printemps. (2003). Vol. 18, No 1, 57-73

participación en los debates, calificaron positivamente los cursos. El estudio presenta pruebas de que existen diferencias significativas por curso, lo que sugiere que es el aseguramiento de la calidad una cuestión en la instrucción basada en Internet, por lo tanto, este hallazgo confirma la importancia de “proporcionar oportunidades on-line a los estudiantes para aprender por la interacción activa entre sí y con el instructor”. En consecuencia, los educadores deben desarrollar e incluir material altamente interactivo”.

Para concluir y con el ánimo de conectar esta revisión con el propósito del actual proyecto, lo anterior sugiere que la calidad de la interacción debe ser un objetivo específico de diseño de los cursos virtuales, asegurando estrategias para dirigirla y por ende mantenerla; es decir, no olvidar que la interacción social es necesaria para establecer relaciones y crear un clima seguro que sentará las bases para una profunda y significativa experiencia educativa. Tal y como lo que demostraron Garrison y Cleveland-Innes al recapitular las investigaciones de:

“Angeli, Valanides, y Bonk (2003) donde evidencian que sin una adecuada orientación y efectiva facilitación, la interacción no tiene la calidad esperada "era en su mayor parte un intercambio de experiencias personales y no apoyaba bien el razonamiento requerido". De igual manera, citan a Pawan et al. (2003) quienes afirmaron enfáticamente que "sin la instrucción explícita, los estudiantes se encontraron para participar en monólogos de serie". En otras palabras, los participantes compartieron experiencias u opiniones sin necesidad de conectarse a otras contribuciones. Del mismo modo, citan a Wu y Hiltz (2004) autores que determinaron que la calidad de los debates en línea se puede mejorar con más estructura y orientación”⁷.

⁷ GARRISON Randy, CLEVELAND-INNES Martha. Facilitating Cognitive Presence in Online Learning: Interaction Is Not Enough. En: The American Journal of Distance Education. Philadelphia. (2005). Tomo 19, No. 3; pág. 133.

2. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

El presente estudio centró su mirada en determinar si la interactividad es o no esencial en un curso de autoaprendizaje dentro del contexto empresarial. Para tal fin, se decidió realizar un estudio descriptivo de lo que ocurre en la formación virtual dentro de un contexto empresarial de la siguiente manera:

2.1. Actividades

- a) En primer lugar se realizó una *recopilación teórica* de estudios que hablaran de elementos relacionados con el actual proyecto como son: Comunicación vista desde la mirada de interactividad, Formación en entornos empresariales, Autoformación u Autoaprendizaje, Interactividad y Aprendizaje en contextos virtuales, Comunicación – Información – Conocimiento. De igual manera, se incluyó lo relacionado con educación virtual y los elementos esenciales a observar en calidad, modelos pedagógicos y su relación en la capacitación mediada por TICs.
- b) Toda esta revisión se hizo con el fin de poder generar elementos sustentados para la *elaboración de los instrumentos*, por lo tanto, esta fue la segunda actividad.

Como el interés era la realización de un estudio descriptivo, se diseñaron las encuestas a utilizar. Se organizaron 4: una para los diseñadores, una para los docentes, una para los estudiantes y una general para los tres perfiles de personas a encuestar. La estructura fue:

Tabla 1. Estructura de la encuesta dirigida a diseñadores

	Tipo de preguntas 1	Tipo de preguntas 2	Tipo de preguntas 3	Tipo de preguntas 4
Diseñadores	Objetivo	Contexto	Recurso para diseño contenidos	Justificación de las respuestas Tipo 2
	Categorías de las preguntas	Audiencia Tiempos Material Medios Docentes	Imágenes, fotos, gráficas Videos Voces Multimedia	Por qué incluye...
				Tipo de recursos para interacción sujeto - objeto / sujeto-sujeto
				Tipos de actividades
				Tipos de evaluación

Tabla 2. Estructura de la encuesta dirigida a docentes

	Tipo de preguntas 1	Tipo de preguntas 2	Tipo de preguntas 3	Tipo de preguntas 4	Tipo de preguntas 5
Docentes	Objetivo	Contexto - Papel del docente o tutor	Recurso para trabajar contenidos	Justificación de las respuestas Tipo 2	Tipo de recursos para interacción sujeto - objeto / sujeto-sujeto
	Categorías de las preguntas	Rol docente Responsabilidades Dedicación Trabajo en equipo Metodología	Material visual Material auditivo Recursos pedagógicos Multimedia	Por qué incluye...	Tipos de actividades Tipos de evaluación
					Preferencias desde lo pedagógico

Tabla 3. Estructura de la encuesta dirigida a estudiantes

	Tipo de preguntas 1	Tipo de preguntas 2	Tipo de preguntas 3	Tipo de preguntas 4	Tipo de preguntas 5
Estudiantes	Objetivo	Contexto	Recurso para trabajar contenidos	Justificación de las respuestas Tipo 2	Tipo de recursos para interacción sujeto - objeto / sujeto-sujeto
	Categorías de las preguntas	Tiempo duración total curso Tiempos para ejecutar las actividades Organización temática Docentes Medios para desarrollo del curso	Material visual Material auditivo Recursos pedagógicos Multimedia	Por qué incluye...	Tipos de actividades Tipos de evaluación

Tabla 4. Estructura de la encuesta general

Clase de preguntas	Generales	Desde los estudiantes	Desde un curso virtual	Desde los docentes	Foros como recurso en la formación
Indaga por	Educación continuada Contextos empresariales	Horarios preferidos Temas preferidos Edad ideal para compañeros Preferencias de espacios para estudiar	Manejo contenidos Manejo interacción Preferencias para la interacción Recursos para la interacción	Relación docente con comunicación, interacción, aprendizaje	Objetivos interactivas Facilidades para el aprendizaje
	Tecnología Formación presencial vs. Virtual	Objetivos para elegir curso Tipo de interacciones preferidas	Aprendizaje vs. Interacción		Preferencias de uso

c) Paralelamente, se hizo la búsqueda de la muestra, es decir, la elección de la empresa que facilitara el seguimiento de un curso y la aplicación de las encuestas a las personas que se requería.

La entidad con quien finalmente se llevó a cabo la investigación, fue fundada en 1987: “es una empresa de comunicación en salud, que ha concentrado todos sus esfuerzos en difundir la más actualizada información científica tanto en medios impresos como electrónicos y dirigidos tanto a profesionales de la salud como a la comunidad en general” Hay un especial interés en el uso de las nuevas tecnologías de información con unos momentos evidentes de crecimiento en el tiempo... “desde la década de 1990 el medio utilizado fue el impreso, posteriormente se inicia una etapa de transición para una distribución de todo el material producido en medios magnéticos y a partir del año 1995 se comienza la migración de todas las publicaciones a Internet, lanzando el 1º de Mayo de 1995 los dos primeros portales. En 1997 montan portal educativo y actualmente, cuentan con una diversidad de cursos en el ámbito de la salud favorables para la educación continua de los profesionales de esta ciencia”

Para el desarrollo de la investigación se acordó con la institución trabajar con el nuevo proyecto de capacitación que les había adjudicado una empresa promotora de salud. La oferta a esta EPS estaba compuesta así:

Total de 8 cursos dividido en 3 ciclos temáticos.

Ciclo 1: Influenza, Apnea del sueño y Diabetes Mellitus

Ciclo 2: Influenza, Cefalea e Hipertensión arterial

Ciclo 3: Trombosis venosa profunda, Enfermedad pulmonar obstructiva crónica y Dengue.

Para cada ciclo se otorgaba un tiempo de 2 meses; es decir, en total un estudiante podía contar entre 5 y 6 meses para culminar su formación. Los temas fueron

elegidos por la empresa y se comunicó a todos los funcionarios de las instituciones prestadoras de salud, que la inscripción debía ser obligatoria.

El número de estudiantes esperado estaba cerca a los 200 a nivel nacional, y por ello, podían elegir iniciar por ciclo 1 o ciclo 2 para luego pasar por el 3 y terminar en el 2 o 1 según correspondía, exceptuando el de influenza que se encontraba en las dos alternativas.

Para el actual proyecto, se decidió hacer seguimiento durante 2 meses al tema influenza del ciclo 1 y 2; en donde se obtuvo una inscripción de 231 estudiantes a nivel nacional. Se hizo la elección de este curso por coincidir con el tiempo de inicio de la observación del proyecto.

- d) De otro lado, se diseñó una guía para el seguimiento del curso para que se facilitara recoger información relacionada con la institución, duración del curso, metodología de formación utilizada, papel del docente, contenidos, estudiantes, interacción – comunicación y tecnología.
- e) Posterior a esto, se coordinaron los tiempos de observación y aplicación de las encuestas. Se inició como tal la fase de recolección y clasificación de resultados.
- f) Finalmente, se hizo análisis de los hallazgos y se redactó la propuesta para favorecer la interacción – comunicación en cursos virtuales dirigidos a contextos empresariales.
- g) Adicional, se publicaron resultados y se presentaron a las directivas y algunos funcionarios de la institución que participó; con el fin de retroalimentar también su proceso.

2.2. Procedimiento

El proyecto desde la actividad (a) hasta la (f) tuvo una duración de 6 meses en total. Para el seguimiento del curso se contó con 150 horas, acorde al tiempo destinado para su desarrollo. La observación estuvo centrada y guiada por los elementos que se establecieron, contando con una participación importante por parte de diseñadores, docentes y estudiantes.

Para favorecer la ejecución de la observación se manejó dos fases:

Fase 1. Seguimiento al curso sin que estudiantes se percataran de lo que estaba ocurriendo. La institución facilitó el acceso y seguimiento a cada una de las actividades programadas para el desarrollo del curso. En esta fase se les hizo llegar la encuesta general durante la fase de inscripción, como una actividad de interés y elemento clave para la formalización de dicho proceso.

Fase 2. Aplicación de encuestas. Se creó un link en las aulas virtuales donde se explicaba a todos los participantes, el objetivo de la misma; así como también se hizo envió un correo masivo solicitando la respuesta. Se montaron las encuestas en un espacio virtual que facilitara la captura de la información y el acceso por parte de los encuestados. El tiempo destinado para tal fin fue en total de 15 días. Adicional, se aplicaron encuestas a diseñadores, docentes y otros profesionales del equipo administrativo de la institución a través de correo electrónico, medio esencial durante la interacción con ellos.

Posterior, se hizo el conteo de respuestas realizando el análisis de información con base en los elementos elegidos para tal fin, con el ánimo de describir desde distintos aspectos lo observado durante la fase 1 y 2. A continuación se presenta los resultados obtenidos de todo el ejercicio realizado.

3. RESULTADOS

3.1. Contexto comunicativo. Percepción de las TIC'S para la comunicación - interacción.

La participación fue notoria durante el tiempo directo de seguimiento al curso, lo que permite presentar una información que expresa la realidad del contexto empresarial que participó durante el proceso de autoformación, que para este caso particular fue el tema Influenza. El número de personas que participaron en las encuestas según su perfil fueron:

Tabla 5. Muestra

Diseñadores: 3	Docentes: 2	Estudiantes aula influenza: 55
Encuesta general: 150 personas en total.		
Estudiantes durante el tiempo de la observación curso influenza: 105 – Incluye los que ingresaron mínimo 1 vez -		

Al analizar los resultados puede afirmarse, que desde un comienzo (encuesta general) se encontraron datos interesantes respecto a la percepción que se tiene de la educación en general. Consideran que la formación debe ser para toda la vida (98%), no necesariamente en instituciones cuya misión sea la formación (96%) y que por el contrario, se debe dar un gran valor a los espacios de educación continuada que facilitan las empresas (99,3%) y de acuerdo a lo que responden, los jefes que han tenido les han permitido participar (Siempre: 43,9% y Algunas veces: 49,3%).

En cuanto a la percepción que se tiene de las nuevas tecnologías de la comunicación, consideran que favorecen la educación (97,3%) y que para inscribirse a un curso que requiere su uso, puede tenerse un conocimiento entre novato (56,1%) y avanzado (40,5%) para poder participar como se requiere.

Al hablar acerca de cursos virtuales, prefieren espacios más para informarse (80%) que para comunicarse. No obstante, le dan valor a las actividades propuestas para interactuar (94%), dado que se aprende con mayor facilidad, motiva y hasta genera estímulos que interesan y favorecen el aprendizaje.

Figura 1. Preferencias entre informar y comunicar

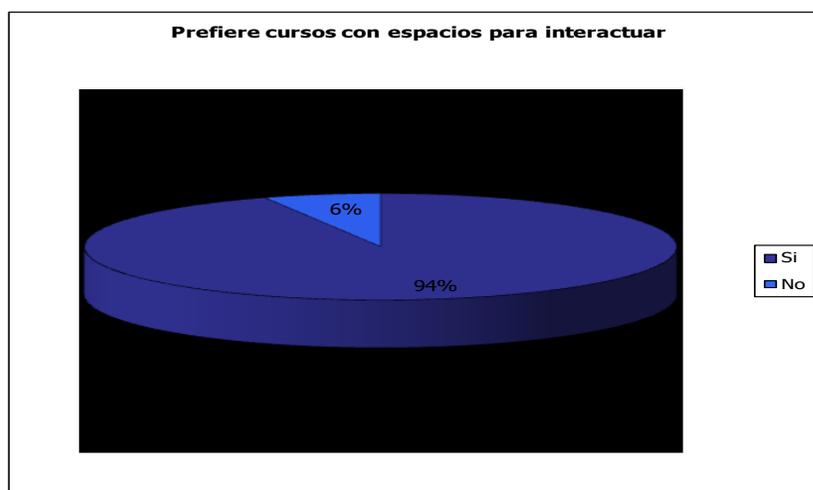
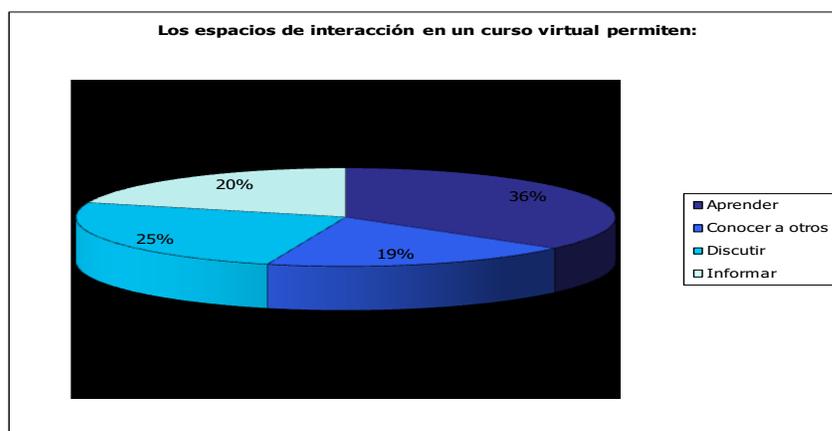


Figura 2. Lo que permite un espacio de interacción virtual



Al indagar por sus preferencias de interacción y comunicación, evidencian que prefieren hacerlo con el docente justificando que se aprende más (65%). Sin embargo, son muy claros en afirmar que su aparición debe ser esporádica, cuando

se necesita (66%), orientando y organizando las actividades (61%); e inclusive un 42% considera que tiene mayor valor una evaluación realizada por un profesor que una autoevaluación.

Aunque un 55% considera que la interacción en un curso virtual es necesaria, el 29% opina que es indispensable y un 16% que es indiferente; en su mayoría (84%) coinciden que la mejor herramienta para hacerlo es a través del correo electrónico, seguido del chat y el foro.

De esta última herramienta, el foro, el 90% la consideran como una estrategia positiva para la interacción pues favorecen complementar el aprendizaje (93 respuestas de 150), analizar (79/150), argumentar (74/150), discutir (62/150), entre otras; sin embargo, dejan ver una debilidad para su participación, puesto que el 42% algunas veces o nunca, leen con atención lo que otros han escrito.

Figura 3. Tipos de participación en foros

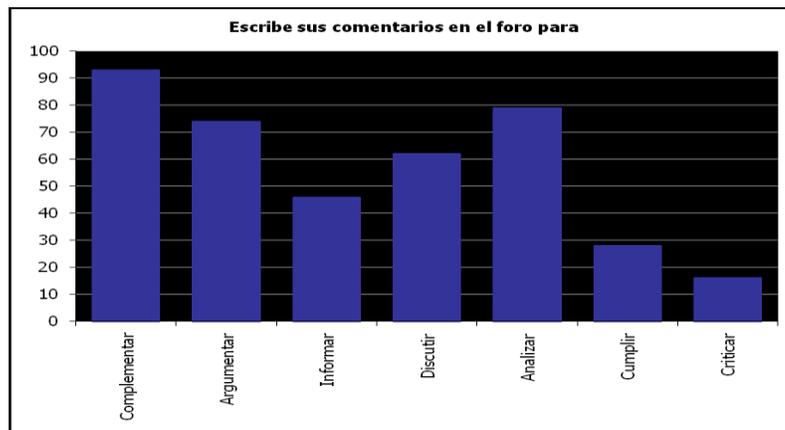
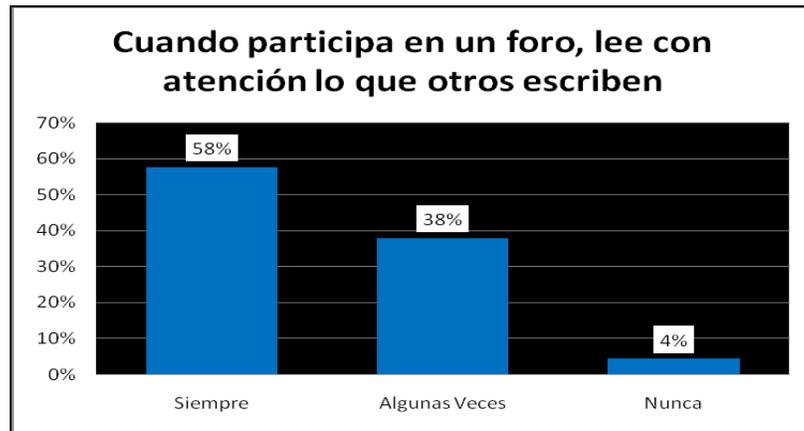


Figura 4. Debilidades en la participación en foros



Asimismo, si se utilizaran los foros dentro de un curso virtual, prefieren uno por módulo (53%) o cuando se requieran (34%); tan solo un 14% de los encuestados manifiestan su preferencia porque sean permanentes. Aquí también se evidencia en las respuestas, como el docente debe tan solo acompañar (75%); aunque al indagar si de su participación depende el logro del objetivo de la discusión, los resultados no fueron tan contundentes: 51% dicen que sí y el 49% no. Lo que sí es claro, es que prefieren durante el desarrollo del foro, tener contacto con el docente (61%) y no con otros estudiantes; adicional el 54% de los encuestados, expresan que a mayor número de participaciones se logra una mayor comprensión y por lo tanto, un mayor aprendizaje.

3.2. Procesos de comunicación, autoaprendizaje y uso de las TIC'S para el diseño del curso.

Al verificar los resultados obtenidos durante la observación directa al curso de influencia y las encuestas a los estudiantes participantes, así como a los diseñadores y docentes se corrobora la información antes descrita; sin embargo, se evidencian algunas situaciones particulares, importantes a mencionar especialmente en cuanto al diseño se refiere.

En cuanto al tiempo, los estudiantes en definitiva optan por cursos de duración corta, entre 1 y 6 meses máximo (100%), aspecto que es tenido en cuenta por los diseñadores. Si se piensa en los tiempos de participación, el docente por ejemplo, elige una participación durante el diseño y por horas; en algunos momentos también lo haría para acompañar, hacer tutorías o evaluar entregando retroalimentación. No obstante, el curso observado por ser de naturaleza autoformación, no requirió su presencia más allá del diseño y estructuración inicial que concuerda con su primera apreciación.

Centrándose en el curso observado, se encontró que es rico en recursos, dado que en total se contabilizaron 769 elementos que se categorizaron de la siguiente manera: Material con énfasis audiovisual 665, contenidos de tipo comunicativo 91 y actividades con objetivos particulares 14. Todas se complementaban y evidenciaban cómo la temática científica se desarrollaba de manera clara, novedosa y de actualidad para el personal de salud que era parte del proceso formativo.

Figura 5. Tipos de material en el curso observado

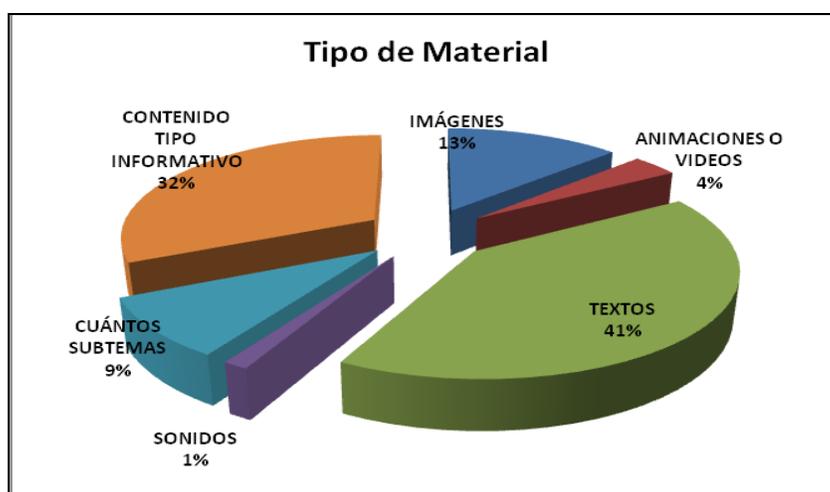


Figura 6. Tipo de contenidos comunicativos

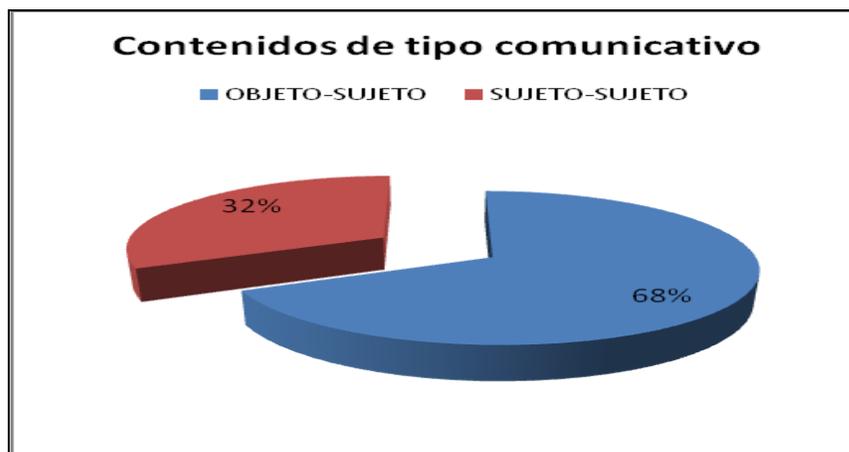
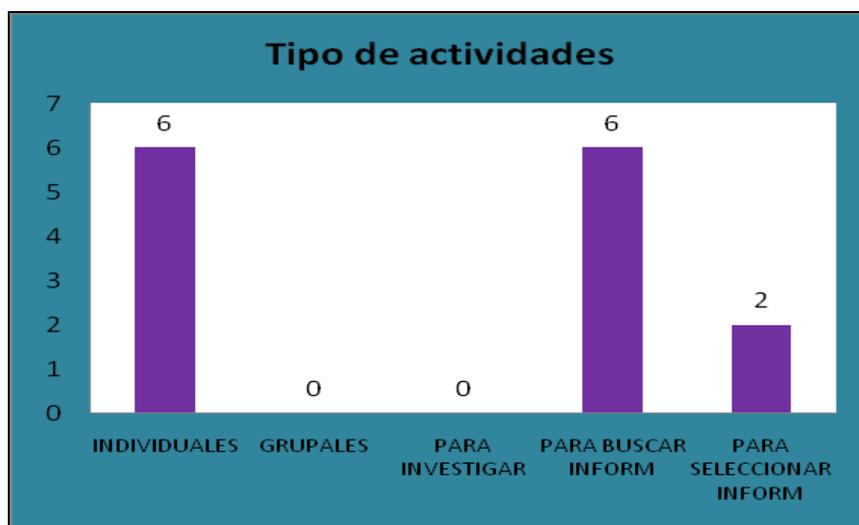


Figura 7. Actividades utilizadas en curso virtual



Esta distribución resalta la naturaleza autoformativa, donde el interés se centra en entregar una información valiosa a través de textos, contenidos informativos, con actividades individuales (lectura y análisis de caso clínico, preguntas para autoreflexionar, autoevaluación) y sin ninguna opción de interacción con otros; puesto que solo existía un foro propuesto denominado “novedades” en donde no se encontró participación por parte de ningún actor del proceso. De igual manera, los 91 elementos de tipo comunicativo tenían la misma estructura: 68% para una relación objeto-sujeto donde el estudiante a través de un link podía complementar

con un documento adicional y un 32% de contenidos sujeto-sujeto manejado a través de ideas novedosas para recordar, que lo llevaban a indagar por su comprensión de un subtema en particular. Asimismo, tan solo se utilizó en 2 momentos la propuesta de una actividad tipo caso clínico y con una debilidad para el estudiante, dado que no era clara la instrucción de cómo actuar o cómo autoevaluarse al respecto; más si se observó como recurso interesante, el uso de una pregunta antes de algunos módulos que lo interrogaba sobre su conocimiento y por ende, lo llevaba a buscar la información de respuesta en el material diseñado para tal fin.

Este diseño, estaba acorde a lo que el equipo de la institución considera esencial, donde incluyen en sus cursos, material diverso de tipo visual, auditivo, multimedia y con actividades de señalar, preguntas y respuestas, elección múltiple. Llama la atención que dentro de las respuestas del docente, hay un especial interés por utilizar espacio para la interacción docente – estudiante y un enfoque constructivista que no se evidencian en la observación realizada. En lo que sí concuerdan todos los integrantes del equipo, es en la importancia de trabajar juntos aportando desde su rol para el logro y entrega de un proceso de formación acorde a los tiempos destinados para ello, teniendo en cuenta las necesidades del contexto así como los intereses del estudiante. Es evidente que la institución responde al contexto de la salud y sus profesionales; la alta experiencia de todo el equipo partiendo desde su director, les ha demostrado que el sector salud por su intensa jornada laboral, requieren el uso de pocos recursos comunicativos interactivos por lo que deciden entregar procesos de enseñanza – aprendizaje centrados en la autoformación.

3.3. Tipo de comunicación y papel del las TIC'S en los procesos de socialización.

Tal y como se mencionó más arriba, se logró hacer seguimiento a la participación de 105 estudiantes durante la observación al curso de influenza, encontrando que respecto a la comunicación, ninguno envió un mensaje a la institución con el ánimo de ampliar alguna información, aclarar inquietudes o expresar alguna situación vivida durante la formación. De igual manera, no se encontró ningún ingreso por el chat o la herramienta de mensajería instantánea que evidenciara interés por contactar alguno de sus compañeros a pesar de pertenecer a la misma empresa y ser de diferentes ciudades de origen.

Su interacción se centró a la revisión del material entregado en el aula virtual, dando clic en cada uno de los módulos entregados; al parecer con el único fin de completar la lectura del material para poder responder la evaluación.

En cuanto a este punto, la evaluación, se pudo observar que tan solo 58 de los participantes participaron respondiendo la encuesta inicial y de esos 58, solo 20 culminaron en el tiempo establecido todo el material incluida la evaluación final para comparar su aprendizaje.

Tabla 6: Resultado autoevaluación estudiantes

Influenza A(H1N1)				
Nombre / Apellido	Auto-evaluación Curso de	Evaluación Final Curso de	Total del curso	
Salazar	3,6	3,9	75	
Fernandez	1,5	1,1	26	
Bueno	2,5	4,5	70	
Ferrer	2,6	4,1	67	
Anguila	2,55	1,4	39,5	
Barrera	3,8	4,1	79	
Martinez	3,2	3,3	65	
Caceres	1,4	2,5	39	
Vargas	3,2	4,2	74	
Moreno	4,25	4	82,5	
Delgado	2,3	4,3	66	
Salazar	3,3	3,4	67	
Coll	3,2	4,4	76	
Garcia	2,8	3,7	65	
Trespacios				
	2,5	4,3	68	
Meneses	1,8	2,1	39	
Gil	1,05	3,4	44,5	
Gonzalez	2,1	2,2	43	
Marin	2,25	4,4	66,5	
Promedio general	2,53 (58)	3,44 (19)	53,26 (58)	

Estos resultados, también mostraron que del tiempo y número de ingresos que se toma un estudiante para la lectura del material, no evidencia un buen resultado en la comprensión del material; como el caso señalado con una línea roja en la tabla 6, quien se destacó por tener una mayor y continua interacción con el material.

Por otra parte, la institución a pesar de poner a disposición herramientas como foro, correo electrónico y oferta del contacto a docentes, no es enfático en su uso, dado que esperan actuar ante la oferta, la cual no se da. No obstante, mantienen otro contacto comunicativo a través de listas de distribución, entregando artículos y noticias de interés que complementan toda la formación del curso, fortaleza de esta institución.

4. CONCLUSIONES

4.1. Discusión

Una de las motivaciones para la realización de esta investigación, estaba relacionada con el hecho de encontrar de manera continua en la literatura de formación e-learning, las ventajas del uso de las TIC'S para la interacción y por ende, para el aprendizaje en construcción con otros. No obstante, al observar que muy posible esta fortaleza no era del interés para algunos contextos como el empresarial, llevó a indagar por el tipo de comunicación que se daba en cursos de formación continua ofertados en este medio.

Los hallazgos de esta investigación permiten decir sin duda alguna, que el contexto empresarial enmarca la comunicación – interacción en los procesos de enseñanza aprendizaje mediados con TICs, dado que son profesionales que buscan de manera rápida complementar sus conocimientos y en especial, obtener

la respuesta oportuna a sus necesidades presentes en el ámbito laboral. Por tal razón, prefieren cursos de corta duración y de poca e inclusive nula interacción.

Muchos de ellos como lo manifestaron durante las respuestas obtenidas en las encuestas, prefieren ocasionalmente el uso de foros; estrategia didáctica de gran uso en la capacitación virtual, que pierde su interés en el contexto empresarial por los tiempos que se le dedica a la formación, en donde se prefiere centrar la atención en la lectura del material que se les entrega en las aulas.

Es así entonces, donde las entidades que ofertan cursos de formación en ámbitos empresariales, deben ser cuidadosos con lo que buscan los grupos, los contextos; sin olvidar la riqueza comunicativa que puede ofrecerse a través del uso de las nuevas tecnologías.

Esto confirma lo dicho por Vizer “mientras los espacios y los tiempos en los medios masivos son determinados por su propio funcionamiento y la competencia entre los mismos, en el caso de las TICs, son los propios actores sociales los que definen y deciden sobre los tiempos, los espacios (físicos y simbólicos) y los contenidos que generan”.⁸

Esto último también conlleva a modificar los estilos de aprendizaje o mejor nombrado “preferencias de aprendizaje” que hoy en día se generan por la misma exigencia cultural, donde la tecnología y el internet se están convirtiendo en los principales medios para comunicar, para acceder a la información y por ende, para enseñar o aprender. En este sentido, el autor Woolfolk, expresa que “las preferencias de estilo de aprendizaje son una clasificación más precisa, y se definen como las maneras preferidas de estudiar y aprender, tales como utilizar imágenes en vez de texto, trabajar solo o con otras personas, aprender en

⁸ VIZER Eduardo. La trama (in)visible de la vida social: comunicación, sentido y realidad. La Crujía, Buenos Aires. (2003)

situaciones estructuradas o no estructuradas y demás condiciones pertinentes como un ambiente con o sin música, el tipo de silla utilizado, etc. La preferencia de un estilo particular tal vez no siempre garantice que la utilización de ese estilo será efectiva. De allí que en estos casos ciertos alumnos pueden beneficiarse desarrollando nuevas formas de aprender”.⁹

Los resultados de la actual investigación muestran claramente un estilo y tipo de aprendizaje con énfasis en la individualidad, de carácter lineal por querer “extraer” de los textos, imágenes y sonidos toda la información, comunicación y aprendizaje que se espera de los cursos a los cuales se inscriben.

Todo esto lleva entonces a pensar, que se requiere indagar mucho más en los procesos de calidad para cursos de autoformación, donde el poner en práctica modelos constructivistas más del tipo cognitivo y enfoques comunicativos con énfasis en el uso de contenidos, lenguaje a través de símbolos y signos fortalecidos por la gran gama de herramientas multimedia y de TIC’S que hoy día existen; llevaran a reconocer otras fortalezas de la virtualidad en la educación continua y formación del ser humano.

A continuación y con base en los hallazgos de la investigación, se entrega una propuesta con elementos claves para favorecer los procesos de comunicación y aprendizaje en cursos de autoformación, así como también, al final del capítulo de las conclusiones, se presentan algunas sugerencias para investigaciones a futuro e inclusive, generalidades para la capacitación en contextos particulares como el empresarial.

4.2. Propuesta de un proceso comunicativo para cursos de autoaprendizaje virtual

⁹ WOOLFOLK Anita. Psicología educativa. Prentice-Hall Hispanoamericana SA., México. (1996)

Con base en los resultados, se entregan elementos claves para la planeación, ejecución y evaluación de cursos de autoformación en contextos empresariales, teniendo en cuenta, procesos de comunicación interactivos mediados por TIC'S y medios de comunicación.

4.2.1. Elementos para favorecer aprendizaje a partir de la comunicación objeto-sujeto.

Para iniciar, aunque los grupos evaluados sugieren trabajar solos con poca presencia del docente y baja interactividad con sus pares, sugiere como reto incluir estrategias que permitan al estudiante la posibilidad de hacer, investigar y experimentar e inclusive de buscar espacios breves en tiempo donde colaboren en la ejecución de una tarea, se relacionen, comuniquen, hagan preguntas, busquen información, seleccione para defenderla públicamente, para argumentarla; muy seguro a través de foros los cuales han calificado como una herramienta positiva para el aprendizaje y la comunicación.

Todos los recursos sean informativos y comunicativos que se elijan para el proceso de formación, donde en este caso es más interacción objeto – sujeto por lo que evidencian los resultados, no debe dejar de lado lo expresado por Garrison y Cleveland-Innes, cuando dice que “la interacción debería obligar a confirmar la comprensión”¹⁰.

Por ello, “en el dominio de lo humano, producir -información objetiva- ha significado ni más ni menos que producir representaciones, datos, descripciones siempre sujetas a interpretaciones diferentes. La información no construye sentido - ni aún significados-, produce una materia prima, signos, textos. Solo la

¹⁰ GARRISON Randy, CLEVELAND-INNES Martha. Facilitating Cognitive Presence in Online Learning: Interaction Is Not Enough. En: The American Journal of Distance Education. Philadelphia. (2005). Tomo 19, No. 3; pág. 133.

interpretación procesa la información con el fin de construir posibles significaciones, valores y sentidos”¹¹. Todo proceso educativo busca entregar datos, representar información y a su vez, que se haga con un material comunicable e interpretable; elementos claves no solo para el proceso de enseñanza sino para la evaluación del aprendizaje.

En contextos empresariales, según los resultados obtenidos, es necesario hacer énfasis en la entrega de información que lleve a procesos de comunicación y por ende del aprendizaje. Así entonces, es válido retomar lo expuesto por Vizer “la Información requiere que los datos y signos sean codificados, registrados, almacenados, reproducidos y transmitidos fielmente (sujeto=receptor y decodificador) y que por otra parte, los datos necesitan un proceso de interpretación; es decir, requiere procesar y reconstruir las relaciones entre las unidades de datos para ser organizados y construidos en forma de información, de textos, de argumentos, de ideas, etc., proceso que está directamente relacionado con la Comunicación”¹² y que llevan al uso de herramientas didácticas que lo evidencien como el análisis de caso, mapas mentales o conceptuales u otras rutas que confirmen la comprensión del objeto del aprendizaje.

4.2.2. Elementos basados en las teorías de la comunicación.

Es aquí donde se hace necesario pensar en los postulados de las teorías de la comunicación que fortalezcan la planeación, diseño y ejecución de cursos de formación virtual en contextos empresariales con las características que el actual proyecto arrojó.

¹¹ VIZER Eduardo. La trama (in)visible de la vida social: comunicación, sentido y realidad. La Crujía, Buenos Aires. (2003)

¹² VIZER Eduardo. Sociedad de la información o la comunicación? En: Revista de economía política de las tecnologías de la información y comunicación. www.eptic.com.br (2003) Vol. V, No.3, Sept/Dic.

En primer lugar, lo enunciado por modelos funcionalistas: La fórmula de concatenación o encadenamiento lineal de cinco preguntas-programa: ¿Quién - dice qué - por cuál canal - a quién - con qué efecto? “Síntesis particularmente valiosa, dado que agrupa los cinco puntos fundamentales del proceso de comunicación”¹³. Incluir ejemplos o casos donde sea evidente partir de un cúmulo de experiencias de información sobre algo y “cuanto más cercanos y comunes sean los campos de experiencias del comunicador y el receptor, más eficaz será la comunicación”¹⁴

En cuanto al contenido, según Bernard Berelson, “conceder una especial importancia a este, dado que es el conjunto de significados expresados a través de símbolos sean de tipo verbal, musical, mímico, pictórico, entre otros”¹⁵ No obstante, tener especial cuidado con la “cantidad de información de un mensaje en función de la capacidad del medio; en otras palabras, con la intención básica para influir el medio reducido al cumplimiento de un conjunto de conductas, a la transmisión o recepción de mensajes”.¹⁶

En segundo lugar, al retomar los postulados de los enfoques estructuralistas, llevan a pensar la comunicación a partir de la semiología y la semiótica, donde la comunicación humana es posible, gracias a la posible construcción de dispositivos exitosos como el lenguaje, la escritura y las imágenes, que usamos para comunicarnos.

¹³ GALEANO Ernesto. Modelos de comunicación. Ediciones Macchi, Buenos Aires. (1997). En: docencia.udea.edu.co Consultado el 14 de julio de 2009

¹⁴ WELLS Alan, HAKANEN Ernest. Mass media & society. En: books.google.com (1997)

¹⁵ BERELSON Bernard. Democratic theory and public opinion (1952), citado por LOZANO José. Teoría e investigación de la comunicación de masas. Monterrey: Person/Alhambra. (2007) En: books.google.com

¹⁶ BERLO David. El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica (1969) citado por LOZANO José. Teoría e investigación de la comunicación de masas. Monterrey: Person/Alhambra. (2007). En: books.google.com

Y en tercer lugar, las teorías relacionadas con el marxismo o enfoques de la sociedad crítica, permiten cuestionar y no caer en el error de utilizar los medios virtuales para tratar de alcanzar un máximo de público y no de acuerdo con el valor del uso del mensaje u objeto de aprendizaje.

Al revisar estos tres enfoques teóricos de la comunicación podría decirse que la comunicación se establece en tres registros simultáneos: por una mediación física o material (sonidos, imágenes, etc.), por un registro simbólico (signos y significados de distintos lenguajes, o acciones sociales codificadas y reconocibles); o bien por medio de “registros imaginarios” que proyectan o articulan los universos de sentido colectivos de una cultura con los del individuo.

Es por esto que Vizer, afirma que “el valor de la comunicación está dado por una doble proyección entre sujetos, mediada por textos, imágenes, construcciones materiales, artefactos o meramente miradas. Mientras que para los procesos informacionales, el valor y el sentido funcional de un signo es fundamental, para un proceso comunicacional, el sentido y el valor de un signo es siempre ambiguo e indeterminado, simbólico e imaginario al mismo tiempo. La comunicación se constituye en una praxis imaginaria y simbólica entre actores-observadores sociales que construyen sentidos y valores a través de su praxis (ya sea mediada o no)”¹⁷ y es por tal motivo, que dentro de las herramientas utilizadas, se deben tener cuidado en incluir algunas que faciliten la evaluación identificando que todos vayan en la ruta establecida para el objetivo del aprendizaje apoyado en la percepción individual. En este caso, sería viable un cuestionario, una sesión de chat o la respuesta a una respuesta a través de correo o por qué no de un foro.

4.2.3. Elementos relacionados con el modelo educativo: constructivismo.

¹⁷ VIZER Eduardo. Sociedad de la información o la comunicación? En: Revista de economía política de las tecnologías de la información y comunicación. www.eptic.com.br (2003). Vol. V, No.3, Sept/Dic.

Por último, se insiste que a pesar de los resultados del actual estudio, donde el individuo manifiesta la necesidad de aprender solo, es viable el uso de los modelos educativos actuales que han demostrado tener excelentes resultados, como lo es el constructivismo.

Este modelo plantea que el ser humano construye su conocimiento a partir de la interacción con el medio y en donde se pone en juego todos sus procesos cognitivos y emocionales; y es allí muy seguro donde se requiere un ajuste para la creación de cursos de autoformación para contextos empresariales: ¿cómo lograr que el estudiante construya en interacción con la información y comunicación que entregan los recursos mediados por las TICs el objeto de aprendizaje que se está impartiendo?

Por tal razón, dentro de sus principios básicos aparece: 1. La persona que aprende (el alumno) pues es quien realmente construye o reconstruye a partir de conocimientos previos y de su actitud emotiva para el aprendizaje. 2. Acompañado de un facilitador o apoyo (el docente) que lo oriente en ese construir y que active los esquemas cognitivos en función del aprendizaje. 3. Y que es esencial que el conocimiento que se esté impartiendo, o sea el objeto de aprendizaje, tenga un valor significativo para quien aprenda, que sea lógico y con un material que le permita asimilarlo y relacionarlo claramente.

Es así entonces como el constructivismo tiene algunos postulados importantes a resaltar: El conocimiento se construye, la realidad se encuentra en la mente, existen por ende distintas y múltiples perspectivas del mundo en el que se aprende. El conocimiento requiere de la interacción con el medio ambiente, por lo que ocurre en contextos relevantes, lo que lo hace individual y no se transmite como una copia. Requiere y se estimula por una necesidad o deseo de saber, puede negociarse como un proceso social dialógico, por lo que el significado y

pensamiento se distribuyen en la cultura; no todo el significado se crea de la misma forma.

Esto hace pensar que para el constructivismo es esencial una participación activa, colaborativa, intencional, de interacción, reflexiva y dentro de un contexto específico que enmarca ese proceso de enseñanza-aprendizaje; postulado que muy seguro se convierte en el principal reto, pues los procesos de autoformación que sugieren los estudiantes del actual proyecto, limitan el actuar en este sentido. No obstante, no quiere decir que pueda incluirse una o dos actividades muy bien planeadas en el tiempo donde se ponga en práctica, aprovechando que le dan un gran valor a herramientas como los foros.

4.3. Sugerencias para investigaciones futuras.

En definitiva y en relación con lo que se venía describiendo en el párrafo anterior, es necesario continuar pensando en modelos constructivistas, pero más en el cognitivo de Piaget, Baldwin o Bruner quienes enmarcan el aprendizaje como resultado de adaptación al medio ambiente y en donde se requiere una representación y organización del contenido y no tanto al de Vigotsky, quien hace énfasis en que el aprendizaje es dado gracias a la interacción social y cultural (constructivismo social).

Sería interesante entonces, pensar a futuro en cómo utilizar estrategias que identifiquen que quien aprende en este tipo de contextos de autoformación, pone en práctica a través de la interacción social en sus espacios laborales; los aprendizajes que fueron alcanzados a través de estructura para el pensamiento y la acción. Tomar conciencia de sus propias estructuras de creencias, de operaciones mentales o de comprensión; de la estructura organizativa que evalúa, agrupa, y secuencia la percepción, la memoria y la acción; en la interacción social. Esto entonces complementarían los dos tipos de constructivismo: el cognitivo y el

social y llevaría a la evaluación a otro nivel, las competencias durante el ejercicio de la labor diaria.

Por otro lado, Onrubia, establece claramente que “no es sólo lo tecnológico sino la organización conjunta que se debe llevar a cabo con su uso, a cargo del docente y alumno; en donde la actividad mental constructiva, es importante para poner en práctica la lógica del papel del facilitador y por ende, lo que se requiere desde la planeación, el diseño y uso de los elementos que se ponen en juego para alcanzar el contenido a aprender”¹⁸

Por tal motivo, es importante que los actores que participan en la planeación y diseño de estos escenarios establezcan unas pautas de análisis, cuya evaluación y seguimiento entreguen una retroalimentación oportuna para controlar y alcanzar la calidad educativa que se desea.

Coll¹⁹ por otra parte, complementa dichas pautas entregando un modelo de análisis de la interactividad, en donde se tienen en cuenta: contenidos, actividad de aprendizaje, actividad educativa, la misma actividad conjunta que reflejan todos entre sí, el proceso y los resultados del aprendizaje. Este autor también insiste en cómo se debe incluir en las pautas de análisis, indicadores para entornos simbólicos y la incidencia de las TIC para los contenidos y la interactividad; por tal motivo, habla de no olvidar los elementos de multimedia, hipermedia, conectividad y lo que se requiere para el uso de esas TIC (Tecnología, software, usos, entre otros). Esto indica que debe desarrollarse una matriz de seguimiento al proceso mismo de la formación que retroalimente a la institución formadora.

¹⁸ ONRUBIA, Javier. Aprender y enseñar en entornos virtuales: actividad conjunta, ayuda pedagógica y construcción del conocimiento. En: RED. Revista de Educación a distancia, (2005, Febrero). Número monográfico II.

¹⁹ COLL, César. Psicología de la educación y prácticas educativas mediadas por las tecnologías de la información y la comunicación: una mirada constructivista. En: Sinéctica, (2004). 25, 1-24.

Enuncia además, que la clave de los procesos de enseñanza y aprendizaje reside en las relaciones que se establecen entre los tres elementos que conforman el triángulo interactivo (o triángulo didáctico): el contenido que es objeto de enseñanza y aprendizaje, la actividad educativa e instruccional del profesor y las actividades de aprendizaje de los estudiantes. No sólo el aprendizaje, entendido como el proceso de construcción de significados y de atribución de sentido a los contenidos sino también la enseñanza (la ayuda sistemática, sostenida y ajustada a ese proceso de construcción de significados y de atribución de sentido), devienen posibles gracias a la actividad conjunta, o para ser más precisos, a las secuencias de actividad conjunta, en la que se implican y participan profesores y estudiantes, durante periodos más o menos largos, mientras desarrollan actividades y tareas en torno a los contenidos.

Para concluir y luego de entregar en este capítulo, las sugerencias enunciadas como propuesta de mejora o cambio para la educación en contextos empresariales; podría decirse que la formación virtual, ha adquirido un valor agregado pero a su vez de reto, dado que debe responder a los procesos de enseñanza-aprendizaje, a los comunicativos y al e-learning mismo.

Esto conlleva a un cambio organizativo, una perspectiva organizacional del e-learning que sean visibles a los mercados mundiales y la alta competencia, así como a consumidores exigentes que requieren de productos diseñados acorde a sus preferencias cambiantes en donde puedan acceder a mayor información, mejor educación y con recursos más sofisticados; que a su vez se convierten en productos con un ciclo de vida corta y por ello, con una característica de alta innovación.

Clark²⁰, haciendo énfasis en la determinación del contexto amplio de desarrollo, el núcleo académico motivado y una cultura emprendedora integrada, sugiere imponer el e-learning como estrategia para el cambio institucional, en donde el servicio formativo, el rol del docente, la interacción con equipos interdisciplinarios, se entrecruzan muy bien con la innovación, los gestores profesionales; llevando a la organización a visualizar la necesidad e importancia de un servicio formativo con un rol globalizador como institución, para alcanzar una verdadera cultura de conocimiento e información y no de comunicación. Lo que lleva a establecer periodos permanentes de análisis y toma de decisión sobre los cursos que se diseñan.

El gran desafío de los proyectos de e-learning es conseguir la calidad de la enseñanza y el aprendizaje basado en la tecnología, sin embargo, estas metas no son fáciles de conseguir y dependen de diversos factores que influyen en el éxito.

Para llegar a buen puerto en el desarrollo de los proyectos de e-learning las instituciones de educación o empresas que trabajan con e-learning deben desarrollar modelos que les permitan ahorrar esfuerzos individuales, generar equipos multidisciplinarios, de esa manera se logrará la confección de materiales de calidad y permitirá evitar la pérdida de buenas ideas desarrolladas. De esta manera se pueden abordar temas como los contenidos, la producción de medios, diseño, sonido, imágenes. También se influye en el diseño instruccional, allí se definen los objetivos de aprendizaje, la calidad de las interacciones del alumno con los materiales, el rol del tutor, en fin todos estos factores deben ser abordados en trabajos en equipos y no en forma individual. Se requiere la participación de diversas unidades que se preocupen de estos elementos. Según los especialistas la clave para un proyecto de e-learning es el proceso empleado para gestionarlo.

²⁰ CLARK Richard. New Techniques for Effective Training Management , citado por DUART Josep. Gestión del cambio: e-learning como estrategia. Documentos Desarrollo organizativo del e-learning. Maestría E-learning. España: (2007). Universidad Oberta de Catalunya.

Existen recursos y tiempos que cumplir, pero alguien debe ser capaz de coordinarlos y obtener lo mejor de ellos. Bajo este planteamiento la gestión de proyectos tanto en el desarrollo como en la realización de la enseñanza en modalidad e-learning asegura que los recursos sean utilizados en forma eficaz y que todos los participantes en el equipo incorporen sus competencias y habilidades en el proyecto, lo que llevará a identificar de manera constante los factores claves de éxito y por tanto, conducirá a la calidad en el proceso de e-learning que se esté implementando.

Bibliografía

COLL, Cesar. Psicología de la educación y prácticas educativas mediadas por las tecnologías de la información y la comunicación: una mirada constructivista. En: Sinéctica, (2004) 25, 1-24.

CLARK, Richard. New Techniques for Effective Training Management. En: Journal of European Industrial Training. Bradford. (1992). Tomo 16, Nº 6; pág. 3, 4

DUART, Josep. Gestión del cambio: e-learning como estrategia. Documentos Desarrollo organizativo del e-learning. Maestría E-learning. España (2007): Universidad Oberta de Catalunya.

GALEANO, Ernesto. Modelos de comunicación. Ediciones Macchi, Buenos Aires. (1997). En: docencia.udea.edu.co Consultado el 14 de julio de 2009

GARRISON, Randy, CLEVELAND-INNES, Martha. Facilitating Cognitive Presence in Online Learning: Interaction Is Not Enough. En: The American Journal of Distance Education. Philadelphia. (2005). Tomo 19, No. 3; pág. 133.

LOZANO, José. Teoría e investigación de la comunicación de masas. Monterrey: Person/Alhambra. (2007). En: books.google.com

MAGUIRE, Tom. Autoaprendizaje: Estrategias y Práctica. Domènech Edicions, Barcelona. (1993). www.xtec.es/~jmaguire/articles/Autoaprendizaje.rtf Consultado el 8 de mayo de 2009.

MERTENS, Leonard. La Gestión por Competencia Laboral en la Empresa y la Formación Profesional. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). Editorial Cumbre Iberoamericana, Madrid – España. (2000). ISBN: 84-7666-088-X.

ONRUBIA, Javier. Aprender y enseñar en entornos virtuales: actividad conjunta, ayuda pedagógica y construcción del conocimiento. En: RED. Revista de Educación a distancia, (2005, Febrero). Número monográfico II.

ROVAI, Alfred; BARNUM Kirk. On-Line Course Effectiveness: An Analysis of Student Interactions and Perceptions of Learning. En: Journal Of Distance Education Revue De L'éducation À Distance. Spring/Printemps. (2003). Vol. 18, No 1, 57-73

VIZER, Eduardo. La trama (in)visible de la vida social: comunicación, sentido y realidad. La Crujía, Buenos Aires. (2003).

VIZER, Eduardo. Sociedad de la información o la comunicación? En: Revista de economía política de las tecnologías de la información y comunicación. www.eptic.com.br (2003). Vol. V, No.3, Sept/Dic.

WELLS, Alan; HAKANEN, Ernest. Mass media & society. En: books.google.com (1997)

WOOLFOLK, Anita. Psicología educativa. Prentice-Hall Hispanoamericana SA., México. (1996)