



Reportaje a Carlos Bruno Director de Intercontact Edición 6 LR España

Una guía de consejos básicos a tener en cuenta cuando se diseñan cursos e-Learning, surge de la entrevista que LEARNING REVIEW le realizara al Director de Intercontact.

Learning Review: ¿De qué forma aplican las premisas “aprender haciendo” y “aprender de los errores” en el momento de diseñar un contenido de e-Learning?

Carlos Bruno: De acuerdo con nuestra experiencia, los aprendices son propensos a ser errantes y dispersos a la hora de estudiar. Estamos convencidos de que el modo de lograr que el alumno aprenda es participando activamente en el curso.

El aprendiz siempre debe tener algo que hacer en el curso, de lo contrario es como ver la televisión y cambiar con el mando a distancia. Y debe hacer algo (por mínimo que sea) aunque esto implique cometer errores (y aprender de ellos).

Nuestros materiales de aprendizaje incluyen estas premisas. Quizás simples ejercicios, como el análisis de una película o sacar una foto con el móvil y enviarla al tutor, son útiles para que alumno ponga en funcionamiento sus neuronas (y aprenda).

LR: ¿Qué “ingredientes” hacen a un contenido de e-Learning exitoso (o sea, que permite a los participantes alcanzar los objetivos de aprendizaje propuestos)?

CB: La presentación de los cursos debe ser amigable y sencilla. Es como si te invito a mi casa y, cuando llegas, te dejo solo para que la recorras. Es posible que te caigas en un escalón o peor, en la pileta. Quiero decir que debemos ayudar al aprendiz para que su incursión en el mundo del aprendizaje virtual no sea traumática.

“Es fundamental destacar bien las necesidades. Simplemente hay que preguntar qué problema quieren solucionar con la capacitación o qué quiere que haga la persona que antes no hacía.”

Otro “ingrediente” es que el material de aprendizaje sea dinámico. Recurriendo a las distintas posibilidades que nos ofrece la multimedia podemos generar vistosos gráficos, divertidas animaciones, simulaciones de situaciones reales realizadas por actores profesionales, etc.

LR: Intercontact trabaja tanto con instituciones educativas como con empresas. ¿Qué características diferencian a los contenidos dirigidos a uno u otro tipo de organización, si es que existen las mismas?

CB: La diferencia fundamental radica en las características de la Población Objetivo a quien va dirigido el curso.

Recurriremos a dos ejemplos. RRHH de una empresa decide que los supervisores (Población Objetivo) deben aprender a motivar a su gente. El diseño formativo podría incluir:

- 1. Gráficos simplificadores que expliquen la teoría.
- 2. Tips y recomendaciones prácticas.
- 3. Un plan de acción que presentará al tutor, quien contestará con sus comentarios.
- 4. Un foro para capturar las buenas prácticas de la motivación.
- 5. Un seguimiento sobre la implementación del plan de acción.

Es decir, aquí se busca que la persona aplique rápidamente sus conocimientos en el puesto de trabajo.

En el ámbito de instituciones educativas, si fuera un curso para periodistas (Población Objetivo), se podrían solicitar investigaciones sobre un político, trabajos grupales, hechos relevantes del lugar donde resida, etc.

En conclusión, la atención se encuentra en la Población Objetivo, que es diferente en las empresas y en instituciones educativas.

LR: Actualmente, existe una gran diversidad en los formatos y recursos que brindan los contenidos que muchas veces no condicen con las necesidades reales de los asistentes. ¿Qué es lo que se debe tener en cuenta para satisfacer la necesidad de la organización cliente?

CB: Sin duda, es fundamental destacar bien las necesidades. Simplemente hay que preguntar qué problema quieren solucionar con la formación o qué quiere que haga la persona que antes no hacía. Esto sin duda acortará la brecha entre los contenidos de los cursos y las necesidades reales.

Esta información será fundamental para la construcción de ejercicios de práctica y para que el diseño de actividades de simulación sea lo más parecido a la realidad.