

LA CALIDAD COMO PRAXIS. UNA GARANTÍA DE FUTURO PARA LAS EMPRESAS DE FORMACIÓN

Escrito por J. Ignacio Aguaded Gómez, y Manuel Fandos Igado

*AGUADED GÓMEZ, J. Ignacio, Universidad de Huelva. España.
FANDOS IGADO, Manuel, Master-D S.A. Zaragoza. España*

RESUMEN

LA CALIDAD COMO PRAXIS. UNA GARANTÍA DE FUTURO PARA LAS EMPRESAS DE FORMACIÓN

El debate sobre la calidad en y de la educación es, además de muy interesante, muy complejo.

Este artículo presenta algunos ejes para un debate en profundidad sobre este tema y, además nos propone una visión empresarial. Las empresas de formación como Master-D consideran la praxis concreta de la calidad una garantía de futuro. Un elemento irrenunciable de supervivencia. Para ello nos invita a conocer algunos de los productos multimedia que ha desarrollado.

Palabras clave: Calidad, educación, enseñanza, on line, enseñanza a distancia, formación abierta, entrenamiento, empresa, cliente.

ABSTRACT

QUALITY IN PRACTICE: A GUARANTEE FOR THE FUTURE FOR TRAINING COMPANIES

The debate about quality and training is both very interesting and complex. This article introduces some of the main points for a profound debate about this subject and also presents us with an entrepreneurial point of view. Training companies like Master-D consider the application of specific practices a guarantee of quality for the future. An essential tool for survival. Therefore they present us with some of the multimedia products they have developed.

Key words: Quality, education, training, open training, e-learning, distance learning, company, client.

La calidad en la educación: un tema candente

Solo el intentar definir el concepto o término de calidad *en* o *de* la educación sería en sí misma una tarea francamente complicada. Ninguna acepción como la del concepto de calidad aplicada a lo educativo es tan ambiguo -incluso impreciso- como este. De hecho, a la sombra de este término podemos encontrar muy diferentes ideas, modelos y propuestas lo que manifiesta, sin duda, que la relación entre los conceptos de calidad y educación es, como poco, compleja.

No es nuestro objetivo aportar aquí una definición la acepción de calidad en relación con lo educativo, lo que sí que haremos es evidenciar que este concepto puede ser considerado desde enfoques diferentes (que, por cierto, no tienen que ser excluyentes) porque en el ámbito de la calidad en la educación interrelacionan muchos factores.

Carmen Martínez y Manuel Ángel Romero (1999) citando a Astin (1985) y George (1982) proponen cinco categorías que se aglutinan en el concepto de calidad:

- La calidad como reputación
- La calidad a través de los resultados.
- La calidad por el contenido.
- La calidad por el valor añadido.
- La calidad como disponibilidad de recursos.

Por su parte, Pérez Juste (2005) manifiesta que a la hora de plantear la educación y su calidad nos encontramos ante dos planos diferentes. El primero: cuáles son las metas educativas y el segundo: cómo llegar a ellas. El propio Pérez Juste (2005, 17) escribe:

«Como síntesis de mi posición señalaré que, para mí, la educación de calidad es aquella que aborda la formación integral de las personas, concretada en su capacitación para darse un proyecto personal de vida, socialmente valioso, y ser capaz de, libremente, llevarlo a la práctica en las diversas situaciones y problemas que deberá afrontar a lo largo de su vida».

Obviamente que estas propuestas son independientemente de si el sujeto ha adquirido sus aprendizajes y formación a través de formatos presenciales o no.

Ahora bien, desde el prisma de la calidad, ¿debemos diferenciar la educación recibida en formato presencial con la educación recibida a través de formatos no presenciales?

Autores como José Silvio (2004, 4) proponen alguna línea de debate en este sentido cuando afirma:

«Se escuchan afirmaciones como "la educación virtual a distancia debe ser de la misma calidad que la educación no-virtual presencial", "la educación virtual a distancia no substituye el contacto humano, además de tal o cual cualidad de la educación presencial". Estas afirmaciones no contribuyen a resolver el problema de la nueva educación sino a crear una polémica que tarde o temprano será resuelta por el nuevo paradigma educativo y su tecnología, el cual terminará irreversiblemente por imponerse. Estas son actitudes y conductas típicas de quienes se resisten a la innovación».

A nuestro juicio, las propuestas de calidad educativa para los sistemas de enseñanza a distancia no deben diferenciarse de otros sistemas educativos salvo en las cuestiones derivadas de la propia metodología por la relación mediada y el propio perfil de los usuarios.

Este modo de entender la calidad en la educación, en el fondo es una integración de la formación intelectual, la formación en valores y el desarrollo de la voluntad del sujeto aprendiz, trascendiendo de alguna manera otras categorizaciones, más o menos analíticas, del concepto de calidad en la educación, generalmente más preocupadas por los logros y no de la educación, más relacionada con la esencia.

Esta diferenciación la percibimos meridianamente cuando nos referimos a los modelos ISO y EFQM, que tienen unos planteamientos que inciden sobre el logro de determinadas metas pero que no se plantean la idoneidad de las mismas.

Como se ve, han bastado unas pocas líneas para abrir unas cuantas líneas de debate en torno a la calidad y la educación.

En todo caso, podemos buscar y proponer un denominador común; en lo relativo a la calidad y la educación tenemos sobre la mesa tres dimensiones fundamentales: la concepción educativa que tengamos, los medios que proponemos para su logro y los resultados que nos proponemos conseguir.

La calidad, en última instancia, es un atributo añadido, no integrado a los programas de educación a distancia, cuando está se nota y cuando no está, también (Fainholc, B., 2004).

Un punto de vista empresarial

Para empezar no debemos olvidar que las empresas son empresas y su *know how* (saber hacer) no gira fundamentalmente reflexionando sobre los conceptos, los modelos, las teorías u otras cavilaciones en torno a los paradigmas que soportan tal o cual modo de proceder. Las empresas de formación, Master-D por lo menos, quiere y necesita ser práctica.

Desde este punto de partida y desde una óptica empresarial tampoco queremos (ni debemos) entrar en las diatribas en torno a si tal o cual propuesta o modelo de intervención o de aplicación de cualquier consideración en torno a la calidad es o no conveniente para uno u otro modelos educativos o de formación. Si debe haber algún tipo de distinción entre las propuestas para la formación presencial, para la formación a distancia o para la formación abierta, o el *blended learning*, o formación mixta o cualesquiera otros muchos términos que conviven para definir distintos modelos de formación.

Master-D, en todo caso, se sitúa en la órbita de la formación abierta o del «*blended learning*» entendido como Coathen (2003) y Marsh (2003) cuando lo definen como un modo de aprender que combina la enseñanza presencial con la tecnología no presencial, porque la idea esencial es la de considerar que la clave del éxito está en cualquier posible combinación de todos los medios posibles que faciliten el

aprendizaje y resuelva los problemas específicos de cada aprendiz (en la empresa: cliente). En nuestra opinión no debemos tener ningún empacho en considerar esta visión.

Sea el modelo que sea y llámese como se llame, el caso es que la apuesta por la calidad en las empresas es irrenunciable, por una razón perfectamente comprensible: garantiza el futuro.

Desde esta perspectiva (somos conscientes de que puede ser muy simplista) la calidad viene condicionada o determinada por todo aquello que permita que el cliente (usuario final) alcance sus objetivos personales y profesionales, de hecho esta cuestión está reflejada la propia misión de Master-D: «ayudar a que el mayor número de alumnos logre sus metas en el menor tiempo mediante un producto adecuado y un servicio excelente».

¿Esto quiere decir que la calidad en la educación está condicionada a los resultados? Desde un punto de vista empresarial sí. ¿De qué sirven unos, a priori, excelentes diseños, programas, servicios, atención, interacción o productos (o lo que sea desde el punto de vista de la calidad en su sentido más amplio) si los resultados alcanzados con su implementación no son los deseados?

Desde la óptica empresarial, en demasiadas ocasiones los teóricos estamos discutiendo si son galgos o podencos, como la fábula Iriarte, y desde nuestro punto de vista, los resultados son que hoy la «calidad de la educación» o «la calidad en la educación» sea del estamento que sea o se sitúe en el modelo o paradigma que se quiera, todavía tiene muchas oportunidades de mejora.

Pensando en el cliente (alumno)

Desde nuestro punto de vista (un punto de vista empresarial) el aprendizaje es un hecho individual y personal, la tarea fundamental de las empresas de formación no es incidir sobre el aprendizaje, de hecho no podemos hacerlo. Se trata de incidir en el acompañamiento, en el asesoramiento, en el hecho de facilitar los medios (materiales e inmateriales) que a cada uno le permitan interiorizar, aprender, y generalizar aquello que necesita.

El modelo y la calidad del mismo, por lo tanto, se basan en ofrecer a cada uno lo que necesita y cuando lo necesita. Tutorías, claro que sí, pero no a una hora prefijada desde el comienzo de la actividad (no acomodando el horario a la disponibilidad del docente o experto de turno -siempre y cuando no se ausente por tener que intervenir en un congreso-). El cliente manda.

En nuestro modelo de calidad también tenemos claro que un cliente no tiene «patente de corso» para hacer o pedir lo que quiera por el hecho de ser cliente. Nosotros le proponemos un itinerario (que él acepta) para alcanzar su objetivo, desde el principio queda claro esto y, a medida que se van alcanzando las distintas fases y los hitos señalados el alumno-cliente va teniendo acceso a nuevos servicios, apoyos y materiales.

El trabajo y el proceso de aprendizaje, por lo tanto, es individual, pero periódicamente el sujeto tiene que demostrar que su parte del trabajo se está cumpliendo, para ello hay que pasar por unos hitos de control. La puesta en funcionamiento de estos «check points» hizo que una empresa netamente de formación a distancia sufriera una metamorfosis que desembocó en una empresa de «formación abierta y entrenamiento». Hoy, de hecho tiene 50 delegaciones por todo el territorio español y más de 25.000 alumnos nuevos cada año durante los últimos cinco.

Y en esta misma línea de dar servicio y facilitar el trabajo individual que genere el aprendizaje particular, esta empresa ha hecho importantes esfuerzos inversores en productos y tecnologías.

La realidad de los hechos

Buscando la diferenciación, por cierto uno de los indicadores que la empresa tiene que barajar, como la calidad, para garantizarse la supervivencia, aportamos aquí una alguna realidad concreta de una apuesta de calidad por estar a la vanguardia de las empresas de formación.

Un ejemplo en este sentido es el proyecto «Edukans» una plataforma de teleformación para los alumnos de Enseñanza Secundaria Obligatoria (E.S.O.) (www.hispanoaula.com).

Si el lector quiere y lo desea puede descargarse una **demo** de qué es y en qué consiste esta plataforma a través de este vínculo: http://www.acaci.org/_calidadeducacion/

Es una herramienta telemática con contenidos multimedia de teoría (supera las 1.400 páginas) y el apoyo de una cantidad notable de ejercicios (supera los 9.000), cuenta una potente herramienta de administración que permite a los distintos tipos de usuarios acceder a modificar ejercicios y contenidos, asignar ejercicios y tareas de manera personalizada, controlar los resultados de las distintas actuaciones de los usuarios, intercomunicarse de manera personalizada e individual o no con los alumnos, etc.

Una vez conocida esta demo, invitamos al lector a que acceda y conozca la realidad de la plataforma en la siguiente url: www.hispanoaula.com Para poder acceder a ella con el perfil de profesor debe utilizar como identificador: **praxis** y como contraseña: **praxis**.

Esta herramienta desde el principio ha tenido una vocación holística, -en las áreas de Lengua, Matemáticas y Ciencias-, una vocación de presentar de manera organizada y ordenada los contenidos que el Ministerio de Educación y Ciencia de España marcó como contenidos mínimos para todos los alumnos de la enseñanza secundaria obligatoria, publicados en el **real decreto 1007/1991 de 14 de junio**.

En este sentido es una plataforma única, dado que hasta el momento presente ninguna otra plataforma se ha creado con estos contenidos trabajados de manera sistemática y articulada según la normativa establecida.

Estos contenidos, en la actualidad, están siendo sometidos a una intervención que pretende acercarlos a otros usuarios menos expertos en el uso de las TIC a través de una televisión por IP. Se trata de **Mastervisión** que también invitamos al lector a que visite y por la que puede navegar introduciendo como nombre de usuario: **MasterD** y como contraseña: **MasterD**.

Los resultados

Decíamos antes que un indicador de calidad que, necesariamente, la empresa debe considerar es el de los resultados finales. Somos conscientes del sesgo que esto supone, pero insistimos en que este sesgo viene condicionado por el punto de vista empresarial del análisis que estamos haciendo.

Nosotros mismos (Fandos, 2007) en una investigación realizada con la plataforma a la que hemos hecho referencia arriba demuestra que el uso de la misma permite mejores resultados académicos a los alumnos que la utilizan que a los alumnos que no lo hacen, al mismo tiempo, demostramos cómo el interés de esta plataforma con sus contenidos, ejercicios y herramientas de administración despierta un notable interés en todos los usuarios, tanto docentes como discentes y que la calidad de este tipo de propuestas (insistimos que desde el punto de vista de la empresa) al final viene determinado por el interés que despierta en los destinatarios, hoy, en España, **Educans** tiene más de 60.000 usuarios.

Sin duda, son muchas las lagunas que presenta este producto, como todos, en el mismo trabajo al que nos hemos referido hacemos un cumplido análisis de las mismas, pero, conscientes como somos de que todo es mejorable y para superar el eterno «gap» que puede suponer la discusión de si son «galgos o podencos» ponemos este ejemplo encima de la mesa, sin más pretensión que de que sirva como elemento de debate y discusión y -de paso- cumpla con algunos de los objetivos pretendidos, porque la empresa tiene claro que, en muchas ocasiones, es mejor un mal producto (pero real) que una buena idea o teoría (pura especulación).

Que las empresas apuestan por los resultados es incuestionable hasta el punto de que esta empresa se compromete por escrito y ante notario que si un cliente (alumno) no consigue los resultados prefijados le devuelve el dinero que ha pagado.

En todo caso, no se trata de un ataque de ingenuidad, ni es una acción más de un posible programa de Responsabilidad Social Corporativa, es una apuesta empresarial, y por eso, para poder ofrecer esa garantía pide a cambio que el sujeto que se somete a su Sistema de Preparación, nuestro **Sistema P8.10**, lo siga. Es la única condición que pide la garantía de devolución del dinero.

¿Hacia dónde vamos?

El papel de las empresas de formación (también en lo que tiene que ver con la calidad) es estar vigilantes ante lo que hay y aprovechar cada oportunidad que descubra. Hoy parece que las aplicaciones del web 2.0 (Blogs, Wikis, Podcast, Youtube, Flickr, Del.icio.us...) son excelentes instrumentos para el aprendizaje colaborativo y autónomo y que están pidiendo paso en la formación a pasos agigantados y en las que el concepto y alcance de calidad en la educación también que penetrar. No descubrimos nada nuevo (Marqués, 2008).

Pero, una vez más desde la óptica empresarial, en sí mismas estas posibilidades no son nada. Una idea, una propuesta innovadora, una posibilidad es relevante cuando llega a ser algo comercialmente aceptado. Escorsa (1997) define la innovación como «el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil hasta que sea comercialmente aceptado».

No se nos escapa que estas aplicaciones y otras como ellas que hoy están sobre la mesa conllevan también otras dificultades (Aguaded, I.; Fandos, M. 2008) no las abordaremos aquí, en todo caso tenemos claro que nos espera un largo trabajo por delante para dar cumplida respuesta a estos y otros asuntos y, en nuestra opinión, esto sólo lo podemos con el horizonte de que teóricos y prácticos, universidades, investigadores, empresas e instituciones tenemos que ir, necesariamente, de la mano.

Referencias

AGUADED, G.; FANDOS, M. (2008) «Web 2 (y 3).0 desde una óptica empresarial» [artículo en línea]. EDUTECH, Revista Electrónica de Tecnología Educativa. Núm. 26/Julio 2008. [Fecha de consulta: 26/11/2008].

COATEN, N. (2003): «Blended e-learning». *Educaweb*. 69. Octubre.

ESCORSA, P. (1997): *Tecnología e innovación en la empresa. Dirección y gestión*. UPC.

FAINHOLC, B. (2004): «La calidad en la educación a distancia continúa siendo un tema muy complejo». En *RED. Revista de Educación a Distancia*, nº 12.

FANDOS, M. (2007): *La telemática en los procesos educativos. Educans: una plataforma abierta para la educación secundaria obligatoria*. Tesis doctoral. Universidad de Huelva.

MARQUÉS, P. (2008): *La web 2.0 y sus aplicaciones didácticas*. <http://dewey.uab.es/pmarques/web20.htm>.

MARTINEZ, C. y ROMERO, M.A. (1999): «Calidad de la educación e integración de las nuevas tecnologías». En *COMUNICAR*, nº 13. (pp. 183-187)

MARS, G.; McFADDEN, A. y PRICE, B. (2003): «Blended Instruction: adapting conventional instruction for large classes», en *Online Journal of Distance Learning Administration*. Nº 4.

PEREZ JUSTE, R. (2005): «Calidad de la educación, calidad en la educación. Hacia su necesaria integración». En *Educación XXI*, nº 8. (pp. 11-33)

SILVO, J. (2004): «Reflexiones sobre la calidad en la educación virtual». En *La Educ@cion*, nº 139-140 (pp. 1-9).

IGNACIO AGUADED GÓMEZ

Universidad de Huelva. C/ Doctor Cantero Cuadrado, nº 6. 21071 Huelva. Spain

Tfno: (034) 959218000, Fax: (034) 959218080

e-mail: aguaded@uhu.es . <http://www.uhu.es>

Vicerrector de Tecnologías, Innovación y Calidad de la Universidad de Huelva, profesor en esta Universidad. Doctor en Psicopedagogía, maestro y licenciado en Ciencias de la Educación y en Filología Hispánica. Presidente fundador del Grupo Comunica. Es también director de la revista científica iberoamericana de comunicación y educación «Comunicar», que se distribuye en Europa y América; y asesor científico de distintas revistas nacionales e internacionales.

MANUEL FANDOS IGADO

Master-D S.A. Ctra. de Madrid. Nacional II (a), km 314,8. 50012 Zaragoza. Spain

Tfno: (034) 976764100, Fax: (034) 976764140

e-mail: mfandos@masterd.es . <http://www.masterd.es>

Relaciones Externas de Master-D S.A., multinacional de formación a distancia (50 centros en España, 3 en Portugal y presencia en Grecia, Brasil, China y Centroamérica).
Exasesor de formación permanente de TIC en distintos CPRs (Centros de Profesores y de Recursos de la Consejería de Educación del Gobierno de Aragón) de la provincia de Zaragoza. Consultor de Kaleidos (servicios de orientación educativa y psicopedagógica). Doctor en Psicopedagogía. Licenciado en Estudios Eclesiásticos y Maestro.