



Las redes sociales en el modelo sMOOC

Dr. Javier Gil Quintana

Universidad Nacional de Educación a Distancia

Resumen

El Proyecto Europeo ECO (*E-learning, Communication, Open-Data*) ha potencializado en el continente europeo una plataforma de cursos masivos, abiertos y *online* (MOOC) con la finalidad de fomentar la formación de la ciudadanía ante las nuevas realidades sociales. Esta proyección pretende favorecer el desarrollo de múltiples experiencias de formación para el profesorado europeo, con el propósito de aumentar sus capacidades para innovar en las aulas, descubrir nuevas perspectivas didácticas y metodológicas y paliar los diferentes problemas sociales que se presentan en los contextos educativos. Dentro de esta nueva propuesta formativa, el modelo sMOOC responde a una apuesta más participativa al potenciar el empoderamiento del alumnado y la utilización de las redes sociales con la finalidad de dar difusión a los aprendizajes que se desarrollan dentro de la comunidad virtual, con una clara intención de repercutir en la capa social. Este estudio versa sobre el caso concreto del MOOC «Innovación Educativa y desarrollo profesional. Posibilidades y límites de las TIC» del Proyecto Europeo ECO analizando el papel de las redes sociales en la construcción colectiva del conocimiento proyectado desde la finalidad del modelo sMOOC para consolidar campos de práctica.

Palabras clave: MOOC; educación superior; educación abierta; aprendizaje virtual.



Abstract

The European Project ECO (E-learning, communication, potencializado Open-Data) has introduced to the European continent, a platform of massive courses, open and online (MOOC) with the purpose of promoting the formation of citizenship within the boundaries of new social realities. This projection is intended to promote the development through a multi- experience pedagogical approach of training for teachers in Europe. It's goal is to increase their capacity to innovate in the classroom by discovering new didactic and methodological perspectives and alleviate the different social problems that are presented in the educational contexts. Within this new formative proposal, the model sMOOC responds to a better and more participatory method by enhancing the empowerment of the students and the use of social networks in having the purpose of handicapping the programatic issues that are developing within the virtual community furthermore, it has a clear intention to implement the social layer on a scale that has never been seen before. This study deals with the specific case of MOOC «Educational Innovation and professional development. The possibilities and limits of TIC» of the European Project ECO are in analyzing the role of social networks in the collective construction of knowledge projected from the purpose of the model sMOOC to consolidate fields of practice.

Keywords: MOOC; higher education; open education; virtual learning.



Introducción

La corriente educativa del conectivismo se convierte en referente para las prácticas educativas actuales, como la ley nueva pedagógica que podemos relacionar con la sociedad digital y que tiene como base el andamiaje intelectual que estructura la Red creada por toda la ciudadanía global, teniendo como principio la interacción de los individuos. Como señala Aparici, citando a Siemens, en una entrevista realizada para la Revista *Digital Learning Review*: «el conocimiento es distribuido a través de una red de individuos y, cada vez más, agentes tecnológicos. El aprendizaje es el proceso de acrecentar y moldear esas redes de conocimiento» (Aparici, 2010, p.9). Este aprendizaje ocurre dentro de una amplia gama de ambientes que no están necesariamente bajo el control del individuo pero sí de diferentes grupos de poder; se trata de un proceso de conectar fuentes de información distintas que dependen de la diversidad de opiniones y que se presentan en forma de nodos de comunicación, teniendo como base a individuos EMEREC entendidos como *émetteur/récepteur* (Cloutier, 1973) capaces de crear un conocimiento nuevo. En esta forma de ver el aprendizaje digital, se crea un ciclo de conexiones que permiten desarrollar el conocimiento de las personas, uniones que es necesario alimentar, mantener y actualizar de forma continua. En consecuencia, el acto de seleccionar qué aprender y el significado de la información que se recibe, es por sí mismo un proceso de construcción del conocimiento que se proyecta para toda la vida y que, a través de los nuevos medios, se hace viral. Nuestra habilidad para estudiar lo que necesitamos mañana es más importante que lo que podemos saber hoy.

Debido a la cantidad de información que se genera a través de este *software social*, la construcción se basa en la diversidad de opiniones que generan el mismo conocimiento. Esta edificación, puede estructurarse en un espacio digital que se implementan en estos inicios del siglo XXI, donde cualquier persona puede adquirir y compartir conocimiento, partiendo de las



relaciones que forme con el resto de participantes en la comunidad virtual de aprendizaje. No sólo presentan su conocimiento en los muros o foros de diferentes escenarios digitales o plataformas de formación, sino que reciben por retroalimentación lo que presentan los demás, estableciendo así un conocimiento compartido, un paso más hacia la construcción colectiva que se debe difundir por las redes sociales como canal de empoderamiento de la ciudadanía.

En este tipo de proyección han revolucionado los *mass media* hacia los *social media* y se puede presentar como ejemplo en esta teoría pedagógica conectivista. Gracias a esta nuevo modelo de comunicación, se puede favorecer el desarrollo de la democratización del espacio virtual, abriendo paso al proceso de colectivización e intercambio, señalado por Lévy (1999) como «intelecto colectivo». El aprendizaje colaborativo en estas propuestas, propicia la construcción del conocimiento, «en el contexto virtual se enriquece esta idea de diálogo y cooperación, cuyo resultado es un saber enriquecido por las individualidades de cada participante» (Cobo y Pardo, 2007, p.46). La organización social del ciberespacio como «multitudes inteligentes», término acuñado por Rheingold (2004) ha posibilitado la creación colectiva y la intercreatividad (Berners-Lee, 2008), como «capacidad de los individuos para crear elementos originales y más productivos dentro de un entorno virtual, a través de la colaboración y la participación» (Osuna y Camarero, 2016, p.119). Una de las innovaciones más importantes en este sentido, es la creciente presencia de las propuestas formativas: *Massive Open Online Course* (MOOC).

Las universidades más prestigiosas del mundo están ofreciendo gran cantidad de cursos masivos, abiertos y en línea que han generado un gran impacto en el acceso al conocimiento por parte de la ciudadanía, presentando un medio de formación que se encuentra al alcance de todos. Los MOOC, pueden convertirse en una excelente experiencia de aprendizaje conectivista, aunque actualmente, son insuficientes por sí mismos, al carecer de algunos de



los componentes clave necesarios para ello como: evaluación rigurosa, aprendizaje certificable, interacción adecuada con instructores o facilitadores, trabajo colaborativo, interactividad, desarrollo efectivo de competencias transferibles y nulo coste económico. La necesidad de obtener competencias profesionales en mercados tecnológicos posibilita que la dinamicidad de este movimiento dé lugar a una constante actualización, que los planes universitarios no pueden proporcionar. Asimismo, abre una nueva oportunidad de divulgación académica y científica para investigadores, profesorado y empresas del campo educativo y profesional, sin olvidar que «la idea es acoger a estas nuevas tecnologías que sin lugar a dudas pueden ayudar a resolver problemas que aquejan a los sistemas educativos en el mundo [...]. Los MOOC, al igual que la universidad tradicional debe ser mirada críticamente especialmente en el contexto de un planeta en que muchas veces los intereses económicos son más importantes que las personas» (Silva-Peña y Salgado, 2014, p.163).

Los diversos MOOC que actualmente se ofrecen desde distintas plataformas tienen notables diferencias en el modelo comunicativo y pedagógico en que se sustentan. Como consecuencia, se pueden distinguir varios tipos con propuestas diferentes de participación y comunicación entre los miembros de la comunidad educativa, con disimilitud entre las diferentes teorías del aprendizaje implícitas y los resultados que se pretenden conseguir a través de los mismos. Así, se distinguen principalmente tres tipos: xMOOC, cMOOC y sMOOC. El cambio que dista entre xMOOC y cMOOC se observa de forma clara debido a sus diferencias a nivel pedagógico respecto a los contenidos, metodología y evaluación y, en segundo lugar, a nivel comunicativo y pedagógico por los entornos más o menos unidireccionales y jerárquicos. Lo que caracteriza a los sMOOC es que son, en este sentido, más dinámicos y sociales, pasando el equipo docente a un segundo plano y dejando verdadero protagonismo al alumnado. Los docentes tienen una labor de guías o facilitadores, orientando en caso necesario, y facilitando oportunidades de



Universidad de Valladolid



encuentro, discusión, entendimiento y cooperación pedagógica entre cada uno de los miembros de la comunidad de práctica creada en torno al sMOOC. Lejos así de una pedagogía transmisiva (Aparici y Silva, 2012) y de la figura del profesor «bancario» (Freire, 1970), que acumula el conocimiento y dispensa la información que cree oportuna. En el modelo sMOOC reaparece el empoderamiento del alumnado con el fin de que el mismo grupo de estudiantes regule el progreso de aprendizaje tanto de forma grupal como individual, «esta finalidad que persigue un curso sMOOC no puede llevarse a cabo si no permitimos en las estructuras del curso y de las mismas plataformas, el empoderamiento del alumnado» (Gil, 2015, 306); realidad que sólo es posible si proyectamos el curso desde el *software social*, canal a través del cual, se puede llegar al cambio de la capa social. En consecuencia, las redes sociales desempeñan un papel fundamental en el sMOOC, repercutiendo de forma colectiva en la sociedad con la intención de cambiarla, compartiendo del conocimiento que, años atrás, ha estado encerrado en las cátedras universitarias y que, en la actualidad, rompe muros al llegar a cualquier persona sin ningún tipo de requisito previo, distancia ni nivel cultural.

1 Metodología

En el año 2014, diversas facultades, han tomado como base las tecnologías de vanguardia para implementar la plataforma MOOC, enmarcándola en metodologías que, a través del *software social*, activan mecanismos de participación y comunicación colectiva, repercutiendo masivamente en la difusión del conocimiento a través del Proyecto Europeo ECO. Entre esyas instituciones destacan, en España, la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), Universidad de Cantabria (UNICAN), la Universidad de Valladolid (UVA), la Universidad de Oviedo (UNIOVI), la Universidad de Zaragoza (UNIZAR) y Universidad Loyola de Andalucía (LOYOLA); en Francia, la Universidad de Sorbona-Nouvelle (SOR); en el Reino Unido, la Universidad de Manchester (UoMAN); en Italia, el Politécnico de Milán



Universidad de Valladolid



(POLIMI); en Portugal, la Universidad Abierta (UAP); en Países Bajos, la Universidad Abierta; en Colombia la Universidad Manuela Beltrán (UMB); y en Argentina la Universidad Nacional de Quilmes; se han unido con otras instituciones de educación superior virtual y especialista en Social Media como, Rheimer de Holanda, Sünne Eichler y Humance de Alemania (SE), FEDRAVE de Portugal y las empresas Telefónica Educación Digital en España (TED), Tabarca Consulting, Geographica, Riverthia de España para apostar por esta innovación a nivel mundial a través del Proyecto Europeo ECO (E-learning, Communication, Open-Data).

Nuestro estudio parte del MOOC «Innovación Educativa y desarrollo profesional. Posibilidades y límites de las TIC» ofertado por la plataforma del Proyecto Europeo ECO, asentando su análisis en técnicas cuantitativas, siguiendo de esta forma una metodología de la investigación de corte cuantitativo. Estos métodos responden a una realidad orientada a la generalización de los resultados, aproximándose a los fenómenos que son observables y susceptibles de medición, control experimental y el análisis estadístico. En este proceso la objetividad es clave al utilizar técnicas de muestreo, que responden claramente a las hipótesis planteadas y pretenden ser concisas en los resultados, con el fin de facilitar la veracidad en la concreción de las conclusiones formuladas. La metodología cuantitativa tiene la finalidad de presentar de forma estructurada unos pasos que permitan analizar el fenómeno de forma estandarizada, «acotando en gran medida la interferencia de los sesgos del investigador. Además la comunicación de los resultados en forma de estadísticas y gráficos resulta fácil y rápida de entender para el público en general y los tomadores de decisiones» (Hueso y Cascant, 2012, p.3).

Dentro de las diferentes propuestas de instrumentos para la recopilación de datos, la encuesta ha sido el método descriptivo por el que hemos optado en nuestra investigación. A través de un cuestionario voluntario realizado y



difundido por la plataforma *Google +* a todo el alumnado del MOOC, hemos pretendido recoger la información puntual de las personas participantes en la comunidad virtual de aprendizaje con el fin de responder a los objetivos e hipótesis formuladas. En esta línea de pensamiento, «la encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador presenta a los investigados sobre los datos que sea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados» (Díaz, 2001, p.13). Esta encuesta ha prestado, por tanto, un servicio a nuestro estudio para poder completar e interpretar las observaciones que se han analizado desde las técnicas cualitativas, fundamentando las claves sobre las que versarán las conclusiones.

La muestra intencional de nuestro estudio, como indicamos previamente, ha sido uno de los MOOC presentados en la plataforma del Proyecto Europeo ECO que se ha ofertado durante el curso 2014-2015. El análisis se ha delimitado a los datos cuantitativos recogidos a través de un cuestionario anónimo cumplimentado por ciento ochenta personas participantes en el curso, desarrollado en dos convocatorias desde octubre de 2014 a junio de 2015. Según el proceso de análisis, se han estudiado como un objeto claramente delimitado, aunque han sido los responsables de este trabajo quienes han fijado las fronteras del estudio en último término para responder claramente a la intencionalidad del mismo. En consecuencia, teniendo presente las indicaciones anteriormente citadas, presentamos la finalidad de nuestro estudio que ha pretendido:

- Observar el papel de las redes sociales dentro de la metodología educucomunicativa de los sMOOC.

El siguiente paso para el encauzamiento del proceso ha sido la formulación de las hipótesis com punto de enlace entre la teoría y la observación. Su importancia es fundamental al proyectar la investigación, sugerir los pasos y procedimientos que deben planificarse en el proceso de



Universidad de Valladolid



estudio. En este caso concreto, la hipótesis que presentamos a continuación es la siguiente:

- Los estudiantes de sMOOC son usuarias y usuarios habituales de las redes sociales.

2 Resultados

En el mes de septiembre de 2014 a punto de despuntar el Proyecto ECO con su plataforma de cursos, el Centro de Investigaciones Sociológicas en España presentaba su barómetro en base a los datos obtenidos en entrevistas a personas de ambos sexos mayores de dieciocho años. En él se reflejaba, como podemos observar en el *Gráfico 1* y en el *2*, los datos estadísticos en relación al uso de las redes sociales en nuestro país y resaltaba claramente la elevada frecuencia de conexión por parte de la ciudadanía, reduciéndose al 3,9 % quienes no se conectaban «casi nunca». Facebook se colocaba en la primera posición con un 90,5% como espacio preferido por los participantes, seguido de Twitter elegido como segundo lugar para interactuar por un 23,9% y *Google Plus (+)* usado como segunda red social por un 3,9% y como tercera por 1,6%. El uso de las redes sociales es muy elevado y se ha convertido en uno de los escenarios digitales más visitados por la ciudadanía, como podemos comprobar. Estos espacios se han convertido en algo cotidiano para las usuarias y usuarios de Internet y, las finalidades fundamentales para su uso es la «comunicación» (54%), «compartir con los demás» (42%), «curiosear» (45%) y estar «al día» de la vida de los contactos (38,4%), resultando llamativo cómo no refleja un porcentaje elevado en relación a la formación.



Gráfico 1. Uso de redes sociales de preferencia. Barómetro del CIS. Septiembre 2014. Fuente: http://datos.cis.es/pdf/Es3038mar_A.pdf

	Principalmente	2º lugar	3er. lugar
Facebook	90,5	4,3	1,5
Twitter	6,0	23,9	3,3
Google Plus(+)	0,6	3,9	1,8
Linkedin	1,3	2,8	2,4
Instagram	0,5	4,5	7,0
Badoo	0,3	0,6	0,3
Bebo	-	-	0,1
Flickr	-	0,1	0,2
MySpace	-	-	0,1
Tuenti	0,2	1,7	2,5
Otra	0,1	0,8	0,8
N.C.	0,6	57,5	80,1
(N)	(1.142)	(1.142)	(1.142)

Gráfico 2. Motivos para utilizar redes sociales. Barómetro CIS. Septiembre 2014. Fuente: http://datos.cis.es/pdf/Es3038mar_A.pdf

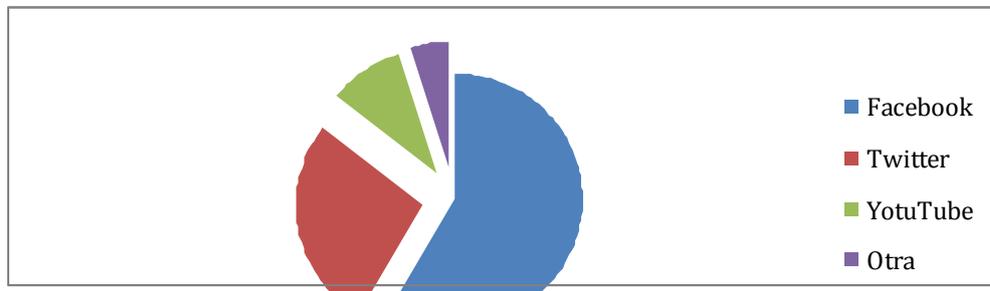
Para mantener el contacto con quienes no pueden verse de manera más frecuente	54,0
Para acceder o compartir fotos, videos, etc.	42,0
Para 'curiosear', estar al corriente de lo que hacen y dicen quienes utilizan su red social en Internet	45,4
Para 'estar al día' de las informaciones y los planes que se transmiten por la red ('quedadas', conversaciones, eventos...)	38,4
Para conectarse simplemente (por no parecer alguien raro y estar aislado/a de su círculo de relaciones)	13,1
Para hacer nuevos/as amigos/as	9,4
Para buscar información relacionada con su profesión o trabajo	18,1
Para ligar (buscar pareja)	2,7
Para comunicar sus últimas actividades, planes, pensamientos, reflexiones	18,7
Para buscar/recibir información sobre áreas de interés (política, cultura, medio ambiente, etc.)	21,3
Para divertirse, entretenerse, pasar el rato, matar el tiempo	38,3
Para buscar trabajo	7,5
Para organizar algún evento	10,0
Otro uso	0,4
N.S.	1,1
N.C.	4,9
(N)	(1.142)

Aunque estas redes sociales sean un potencial para la difusión de espacios académicos o la creación de comunidades virtuales, prevalece la predilección por el ocio como finalidad clave. Estos datos se relacionan claramente con los obtenidos en nuestro estudio en referencia a la interacción en redes sociales



por parte de los miembros de la comunidad del curso de ECO detallados en el *Gráfico 3*. Esta participación, partiendo del tramo de edad que nos sitúa y la formación académica previa, es muy elevada; destacando entornos como Facebook (58,7%) seguido de Twitter (26,8%). Al igual que en los contextos no formales, estas redes sociales se posicionan como las más utilizadas por el alumnado en su vida cotidiana considerándose en un 78,9% como personas activas en las mismas.

Gráfico 3. MOOC. Interacción en redes sociales. Fuente: elaboración propia.



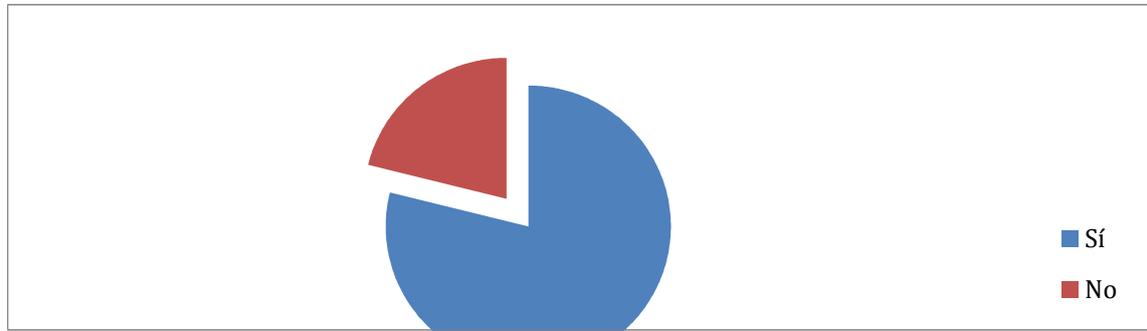
Resulta llamativo por tanto, cómo los sujetos participantes en el MOOC objeto de estudio utilizan redes sociales y se definen como activos en las mismas, como presenta el *Gráfico 4*, pero su participación no se ha reflejado en los espacios sociales del curso de Facebook y Twitter al haber tenido poca participación en los mismos. Esto nos demuestra que los MOOC siguen teniendo un reto para apropiarse de estos espacios y convertirlos en canales para la interacción en sus procesos formativos. Se sigue observando que es mayor la tendencia a «pasar el tiempo» en estos escenarios y muy escasa su valoración como espacios formativos. De esta forma nuestra reflexión sobre la utilización de las redes sociales en los sMOOC es clara: si queremos introducir estos escenarios digitales como medios para el aprendizaje y estrategia de difusión de los contenidos trabajados dentro del curso, debemos provocar esta participación, implicando al alumnado y no utilizando los mismos como meros escaparates de información.



Universidad de Valladolid



Gráfico 4. MOOC. Actividad redes sociales del MOOC. ¿Eres parte activa en las redes sociales? Fuente: elaboración propia.



Es imprescindible, como hemos podido comprobar, que se establezcan criterios que hagan de los espacios de formación como los destinados al ocio, con entradas y publicaciones que rompan el pensamiento de las usuarias y usuarios. El papel del equipo de facilitadores e incluso la posibilidad de la creación de la función de *community manager* en estos cursos es fundamental, si queremos que las redes sociales tengan un papel vital en estas propuestas formativas. De esta forma, se incentivará el debate que lleve a construir un mayor conocimiento y conduzca a interesarse por la realización de sMOOC como una propuesta formativa que, al igual que en social media, es abierta a la ciudadanía.

Conclusión

La muestra valora la implicación de las instituciones universitarias en este modelo de formación abierto y democrático proyectado hacia un mundo más global e igualitario. Sin embargo se percibe que esta apertura se ve reducida en parte, a la comunidad de aprendizaje virtual, alejándose del modelo educ comunicativo de las comunidades de práctica que se pretende incentivar con el modelo sMOOC. Recordemos que la identificación de los sMOOC como comunidades de práctica es uno de los principales objetivos a



conseguir, distinguiéndose de las propuestas xMOOC y cMOOC, que se basan en simples espacios formativos a los que, en ocasiones, introducimos planteamientos interactivos. Asociado a esta comunidad es imprescindible la potencialización del uso de las redes sociales como parte fundamental para conformar la capa social del sMOOC. Los espacios en *social media* abren el sMOOC al plano social y difunden los planteamientos e ideas que, dentro del proceso formativo, se han generado, provocando el desarrollo de un modelo comunicativo horizontal y bidireccional con carácter abierto. Las personas participantes se consideran activas en redes sociales de forma continuada, aunque se constata que es mayor su tendencia a compartir aspectos de la vida personal y de ocio en estos medios sociales, y muy escasa su valoración como espacios formativos dentro de los sMOOC. Y es, desde esta reflexión, con la que debe partir el profesorado en estas propuestas de formación, intentando impregnar la plataforma con una interfaz social y provocando el uso de las redes sociales dentro de los diversos planteamientos didácticos, en forma de desafíos y propuestas que rompan los esquemas tradicionales o simplemente interactivos. Estos cursos deben asumir las nuevas formas de comunicación (Aparici y Silva, 2012), estableciendo el modelo «feed-feed», rompiendo los cánones comunicativos tradicionales, la verticalidad y jerarquización de las personas en el proceso comunicativo y pedagógico.

Referencias bibliográficas

- Aparici, R. (2010). *Conectados en el ciberespacio*. Madrid: UNED.
- Aparici, R. & Silva, M. (2012). Pedagogía de la interactividad. *Comunicar*, 38, 51-58. DOI: 10.3916/C38-2012-02-05
- Berners-Lee, T. (2008). *Tejiendo la Red. El inventor del World Wide Web nos descubre su origen*. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores.



Universidad de Valladolid



- Cobo, C. & Pardo, H. (2007). Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. *Grup de Recerca d'Interaccions Digitals*. Barcelona / México DF: Universitat de Vic. Flacso México.
- Cloutier, J. (1973). *La communication audio scripto-visuelle á l'heure des self-Media*. Canada: Les Presses de l'Université de Montréal.
- Díaz de Rada, V. (2001). *Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación*. Madrid: Editorial ESIC.
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Madrid: Siglo XXI de España Editores S.A.
- Gil Quintana, J. (2015). MOOC «Innovación Educativa y desarrollo profesional. Posibilidades y límites de las TIC». Una experiencia desde la educomunicación en el Proyecto Europeo ECO. *Qualitative Research in Education*, 4(3), 299-328. doi:10.17583/qre.2015.1518
- Hueso, A. & Cascant. M. J. (2012). Metodología y técnicas cuantitativas de investigación. *Cuadernos docentes en proceso de desarrollo*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Lévy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós Ibérica S.A.
- Osuna, S. & Camarero Cano, L. (2016). The ECO European Project: A New MOOC Dimension Based on an Intercreativity Environment. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technolog*, 15. (1), 117-125. Recuperado de: <http://goo.gl/L2PWP8>.
- Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa.
- Silva-Peña, I. & Salgado Labra, I. (2014). Utilización de MOOCs en la formación docente: ventajas, desventajas y peligros. *Revista de curriculum y formación del profesorado* (www.ugr.es), 18 (1) (enero-abril 2014).