

Cómo implantar la filosofía MOOC en una Universidad

Josep Martínez-Polo

jmmartinez@ucam.edu

Resumen

Explicamos brevemente el proceso de implantación de los MOOC en una Universidad Privada española. Desde el concepto de los MOOC hasta el día a día de la Unidad MOOC que se crea al efecto.

Publicado en: Comunicación y pedagogía: Nuevas tecnologías y recursos didácticos, año 2013, número 269-270, pp. 65-70

0. Introducción

¿Por qué todos los alumnos universitarios deberían hacer un MOOC?

Las universidades tienen la misión de preparar a sus alumnos para ser unos profesionales competentes en el mundo que viene. Parece una misión bien definida, pero el problema, claro está, reside en adivinar cómo será ese mundo futuro, aunque sea a corto plazo, para el que debemos preparar a nuestros alumnos.

Todas las señales apuntan a que una característica más que probable de ese porvenir es la necesidad de seguir aprendiendo más allá de los estudios reglados tradicionales: el *life-long learning*.

Aprender a lo largo de la vida será posible si este aprendizaje no conlleva la disponibilidad de una gran franja de tiempo que distorsione un horario laboral al uso. El aprendizaje “on-line”, aunque no reduce el esfuerzo de estudio, permite la flexibilidad logística necesaria para poder formarse y compatibilizar esto con una jornada laboral.

Hoy el mundo es global y los alumnos pueden aprender -y de hecho aprenden- en cursos facilitados por universidades de todo el mundo en plataformas como Coursera, Udacity o similares.

Hacer un MOOC (o de cuando la tecnología NO es el problema)

El problema no es la tecnología. Es el cambio institucional. El problema es aprender cómo acreditar digitalmente a nuestros estudiantes y que el mercado de trabajo reconozca nuestras acreditaciones. El problema será en cómo hacer sostenible y rentable un proyecto basado en

contenidos abiertos y el problema será cómo nuestros docentes manejarán miles de alumnos eficazmente.

Entonces: **¿Para qué queremos un MOOC?**

Si hay algo que es común a todos los auténticos MOOC es su carácter experimental. La experimentación implica adentrarse en terrenos no explorados, imprevistos y tiene como misión cambiar el estado actual de las cosas. Es lo que nos permite construir la educación del futuro. Los sistemas de formación y habilitación del profesorado, los sistemas de verificación de estudios, los sistemas administrativos de acreditación... todo está a prueba y puede sufrir cambios. Los MOOC son un instrumento más para saber cómo hay que cambiar todas estas cosas.

1. Misión y visión de la Unidad MOOC

Los MOOC tienen que ser parte de la estrategia corporativa. No se trata de ofrecer un curso online, sino de crear un entorno ágil (en el diseño y contenido de los cursos), internacional (en inglés y en español) y orientado al mercado (nuevas fuentes de ingresos, relaciones con la empresa y orientación de la investigación aplicada al mercado). El modelo MOOC consiste en videos online, lecturas, participación en foros y tests para controlar la evolución del aprendizaje. Hay una fuerte apuesta por el diseño y la innovación: no basta con empaquetar videos de profesores sino que el resultado tiene que ser sustancialmente diferente.

Quizá crear desde la Facultad de Comunicación de la UCAM una Unidad MOOC puede ser el germen de un futuro INNOVATION LAB que haga, como en otras universidades, de departamento de testeo y experimentación de las modalidades educativas que surjan. Ahora son los MOOC. En el pasado fue el e-learning. El futuro está por llegar.

2. Objetivos

El objetivo de la Unidad MOOC es centralizar y distribuir de manera organizada todo el esfuerzo de la UCAM para ofrecer cursos online masivos y abiertos con vistas a ser un player dominante en el futuro mercado educativo online.

En términos de universidad privada: dar a conocer la oferta formativa online de la UCAM. O incluso: Posicionar la estructura cualitativa de todo producto docente online de la UCAM y transformarlo en retorno de inversión económico en matriculaciones.

3. Estructura

La Unidad MOOC surge tras varias conversaciones informales entre miembros de la comunidad universitaria dentro de la Facultad de Comunicación. En esas conversaciones se plantea la posibilidad de crear cursos atractivos, de bajo coste, masivos y de alcance global.

En una reunión al efecto (en febrero 2013), se llega a la conclusión de que estamos ante una revolución de entidad global. Intuimos que el fenómeno de los MOOCs parece afianzarse, especialmente en los Estados Unidos conformando un impacto relevante en la enseñanza universitaria. La apertura hacia Asia de las plataformas líderes como Coursera o Udacity, y, en menor medida hacia Europa, nos hacen revisar el concepto de “mercado tradicional” universitario. Se configura un nuevo espacio global donde este “mercado tradicional” universitario queda fulminado en muchas vertientes: edades, nacionalidades, idiomas, formación de base, interacciones tipo local-global, virtual-presencial, etc. La participación de organizaciones como Pearson o Udacity tiene implicaciones importantes.

En una reunión con directivos de la institución se plantea hacer una jornada de reflexión en un hotel de Murcia durante el verano para discutir sobre la cuestión. En lugar de eso, decidimos ponernos en marcha y crear una Unidad pequeña, ágil y low-cost que canalizase esa innovación educativa y experimentase con los MOOCs aprovechando recursos ya existentes (Servicio Polimedia) y explotando nuevas vías de conseguir alumnos para la UCAM.

Oficialmente se formaliza la Unidad MOOC en mayo 2013, con 2 personas a tiempo parcial (el profesor Josep Martínez y el becario Antonio Ródenas). Sin espacio físico asignado y con la intención de crear 2 cursos MOOC para el verano para ver qué tal.

2 meses después, el 1 de julio, la UCAM lanza una nota de prensa ofertando 6 cursos gratuitos, masivos y online. Funcionamos a un ritmo intenso, casi como de startup. Eso sí, sin olvidarnos de que son una apuesta a largo plazo.

2. Nuestro concepto de experimentalidad y estrategia a corto y largo plazo.

Los MOOCs deberían constituir una apuesta a largo plazo en el entorno universitario donde la generación de un *know how* específico debería ser lo realmente importante.

Para el éxito de los MOOCs se precisa una perspectiva a largo. Acciones a corto plazo pero perspectiva a largo.

Obviamente, la UCAM es una Universidad con unos recursos limitados. No somos un organismo que pueda permitirse tener un departamento experimental (al menos a corto plazo) así que la cuestión de la rentabilidad planea sobre nuestras cabezas.

3. Desarrollo de Google Course Builder

En esta primera fase de la Unidad MOOC la tecnología nos tendría que dar cobertura y respuesta a un conjunto de temas de forma muy relevante, poniendo foco en el usuario y todos los principios en los que pivota el éxito de los MOOC.

La tecnología debe ser sólida, sujeta a usabilidad, de uso intuitivo, fácil y atractivo. El Departamento de Ingeniería del Software ha puesto a nuestra disposición un técnico que nos ha posibilitado algo que, de no haber sido así, nunca hubiésemos conseguido: poner en marcha nuestros cursos en nuestra propia plataforma.

La existencia de una comunidad internacional de desarrolladores de Coursebuilder, es una vía más para generar acuerdos, colaboraciones y sinergias entre universidades, centros de estudio y empresas a nivel mundial. No deberíamos desaprovecharla.

4. Otras plataformas: Tutellus, MiríadaX y Coursera

Una de las decisiones que hemos tomado en estos 2 meses es nuestra apuesta por *Google Course Builder*. Se trata de una plataforma extraordinariamente sólida que además concilia y permite la explotación de los excelentes recursos del ecosistema de las *Google Apps for education* aparte de otras herramientas extraordinariamente interesantes en desarrollo por parte de Google.

Esperemos que el tiempo nos de la razón.

Una de las cosas que no debemos dejar de analizar es **el riesgo de los *market places* de cursos**. La mera integración de un mismo curso abierto en diferentes plataformas provoca la segregación y dispersión de sus alumnos potenciales lo que puede debilitar nuestros propios sistemas de oferta. Como universidad privada nos debatimos entre estar en todas las plataformas o estar alimentando a la bestia. Los marketplaces de cursos pueden llegar a comerse instituciones con muchos años a sus espaldas. No sé si dentro de quince años solo habrá 10 universidades en el mundo tal y como las conocemos ahora. Pero en ocasiones da la sensación de que podemos ser como fabricantes de hielo ante la aparición de fabricantes de neveras.

Si ponemos nombre y apellidos, ahora mismo estamos siendo muy prudentes con Tutellus (con quienes hemos tenido reuniones y tenemos una relación cordial y hemos firmado, en fecha 21 de octubre un convenio de colaboración). MiríadaX es una plataforma impulsada por Universia-CSEV en la que también es muy importante estar. Ya hemos firmado el convenio y desde el 14 de octubre de 2013 tenemos cursos activos.

5. Los vídeos de la Unidad MOOC

Actualmente los vídeos que genera la Unidad MOOC se distribuyen en la plataforma YouTube. Nuestra intención es, además, que lo hagan en iTunes, en la que la UCAM ya está y cuya

integración se anunciará en breve. El éxito puede venir porque uno de los videos se haga viral o por la estrategia Long Tail (muchos videos que hacen que portalucam tenga tráfico cruzado).

La metodología de los MOOCs y el formato de sus vídeos tiene mucho que ver el éxito de la [Khan Academy](#). Vídeos cortos, bien segmentados conceptualmente, expuestos con mucha claridad.

En una clase presencial los alumnos han pagado una matrícula, están física y formalmente “presos” en un aula y un profesor diligente está pendiente de modular la clase según las expresiones de los rostros de sus alumnos (cansancio, falta de atención, conversaciones...). En un MOOC los alumnos no ha pagado matrícula, generalmente están en casa, y tienen decenas de alternativas atractivas que compiten por captar su atención...

Si somos conscientes de esto llegaremos a la conclusión que nos hace falta innovar y avanzar en formatos de vídeos para MOOCs que incrementen su viralidad, atractivo y capacidad de captar la atención. Esta es la clave para afrontar uno de los puntos más débiles de los MOOCs: la baja tasa resultante entre los alumnos inicialmente matriculados y los finalmente certificados.

Si comparamos la calidad (imagen, sonido, careta de entrada y salida) con otras universidades o escuelas de negocio (Instituto de Empresa o Stanford), tenemos un producto muy bueno pero “excesivamente” dependiente de un formato, el Polimedia, que la UCAM adoptó hace 2 años y que es un proyecto de la Universidad Politécnica de Valencia para la creación de contenidos multimedia como apoyo a la docencia presencial, que abarca desde la preparación del material docente hasta la distribución a través de distintos medios (TV, Internet, CD, etc.) a los destinatarios.

En estos momentos funcionamos con 3 tipos de video:

- a) Videos promocionales de los MOOC. Cada curso lleva un video promocional, elaborado por el departamento Multimedia de la UCAM, en el que el director del curso informa en 2 minutos del contenido del curso.
- b) Videos de contenido de los cursos MOOC. Todos los videos se graban en el Servicio Polimedia con recursos variopintos. Algunos muy avanzados como la pizarra animada y las presentaciones PowerPoint integradas y otros más “clásicos” como la gracia y el talento del profesorado para explicar su contenido.
- c) Knowledge Pills. Son pequeñas píldoras de conocimiento. Sirven para captar a profesorado inquieto que no conoce o no se atreve a grabar un curso entero.

En un futuro debemos plantearnos ser más abiertos y usar recursos como:

- a) Google Hangouts
- b) Grabación de clases presenciales (lo vamos a experimentar con Bernabé Tierno)

- c) Presentaciones encapsuladas y editadas.
- d) Entrevistas.
- e) Talleres con alumnos.

¿Y qué conseguimos con estos videos?

Estamos dando a conocer la oferta formativa online de la UCAM con contenido y acceso de la UCAM a usuarios que no son alumnos nuestros (relevante para el Marketing de la institución) podemos conseguir datos (relevantes para la fuerza de ventas). La **necesidad de conocer la analítica de los MOOCs está presente** cuando vemos el tráfico en YouTube.

Esperamos llegar a explotar todo el potencial de BI, tendencias, que nos proporcionen. El primer paso es conseguir la integración de los datos de los cursos en el CRM.

6. Certificaciones

El valor que tiene una certificación MOOC es proporcionado, en primera instancia, por los beneficiarios de la misma, por ejemplo, las empresas u organismos encargados de evaluar las aptitudes de un candidato y en un segundo término, por la institución que lo emite.

Para la UCAM, planteamos 4 tipos de certificados:

Badges (gratuito)

Certificados de aprovechamiento (pdf gratuito)

Diplomas UCAM MOOC (de pago a partir de 90 euros)

Convalidación de certificados UCAM MOOC por créditos ECTS (de pago)

Ahora mismo ofrecemos los 3 primeros.

En general, en toda la oferta de los MOOC hay una importante brecha entre matrícula, grado de seguimiento de los cursos, y certificación. De ahí que la experimentalidad y el desarrollo de un *know how* propio sea absolutamente decisiva en torno a la metodología, los cometidos y objetivos de los cursos. Si esperamos ganar mucho dinero con los certificados nos vamos a llevar una sorpresa desagradable.

7. Próximos pasos en los próximos meses

Una gran parte de nuestra actividad reciente ha puesto el foco en poner en marcha la Unidad, *evangelizar* a los miembros de la comunidad universitaria en materia de Open Education, crear los cursos, facilitar la creación de contenido, grabar promociones de los cursos y levantar la infraestructura para que todo funcione. Se ha hecho con muy poco coste para la institución y con un apoyo importante por parte de todas las personas implicadas a las que no nos cansamos de agradecer su esfuerzo. Es cierto que el día a día implica pequeños ajustes de funcionamiento que, con buena voluntad, se van solucionando.

En un futuro pretendemos conseguir:

- Integración de los MOOCs en la clase presencial
- Explotación de la certificación MOOC
- Redefinición de nuevas funciones docentes
- Potenciar el marketing de la UCAM a través de los MOOCs
- Fomentar la creación de grupos docentes de de trabajo colaborativo entre las universidades
- Aprender metodologías low cost / high quality para universidades y profesores autogestionables y sin barreras tecnológicas

El desarrollo e impulso del proyecto y la creación de la Unidad MOOC de la UCAM puede conferir a nuestra institución una imagen de vanguardia e interés por nuevas metodologías didácticas. Si se consolida, será beneficioso para la institución.

Obviamente, nuestra unidad no es ajena a las 5 fases que define Gartner en el proceso de estabilización de cualquier producto tecnológico. Y es previsible que los MOOC y, por tanto, nuestra unidad dibujen esta misma curva cuyas fases son:

- 1 Lanzamiento
- 2 Pico de expectativas sobredimensionadas
- 3 Abismo de desilusión
- 4 Rampa de consolidación
- 5 Meseta de Productividad

No obstante hemos identificado 3 factores sobre los que podríamos reflexionar una vez consigamos esa meseta de productividad:

- **Profundizar en el *know how* de los MOOCs y en la innovación educativa.** Está de moda hacer Congresos sobre MOOCs donde en casi todos ellos se cuenta lo mismo. Nuestra idea va más en trabajar en profundidad en algunos fundamentos que nos permitan avanzar en la dura carrera que se avecina internacionalmente. La innovación y la adquisición de un know how competitivo a nivel mundial es una tarea urgente.
- **Poner foco la hibridación y en la certificación competitiva e integradora.** Hibridación y complementariedad entre la actividad de la universidad presencial y los MOOCs y la búsqueda de certificaciones competitivas a nivel mundial.
- **No perder el tren de los desarrolladores de la tecnología asociada a los MOOCs.** La tecnología educativa asociada a los MOOCs está propiciando colaboraciones y grupos de trabajo muy importantes a nivel mundial. La plataforma edX, recién liberada por el MIT

ha congregado a su alrededor a universidades de altísimo nivel -sin exclusividades- que desean utilizarla para explorar el futuro de los MOOCS. Coursebuilder, proyecto Open Source de Google, está haciendo lo mismo y, a nivel europeo, se está gestando una comunidad similar a la que desean asociarse las universidades de mayor prestigio del continente. Podemos estar ahí.

¿Qué queremos hacer?

- Ensayar **formatos de cursos diferentes** y medir el grado de respuesta de los mismos.
- Fomentar la **relación con las empresas privadas**. Especialmente Banco Santander y Google.
- Recabar otras sinergias de colaboración fuera de España (Perú, Colombia, México).
- En materia de certificación **integrar la certificación convencional con la virtual**.

El balance sobre si ha sido un acierto la creación de la Unidad MOOC y si durante el curso 2013-2014 va a consolidarse es lo que nos dirá el tiempo. Decía al principio de esta exposición que si hay algo que es común a todos los auténticos MOOC es su carácter experimental.

La experimentación implica adentrarse en terrenos no explorados, imprevistos y tiene como misión cambiar el estado actual de las cosas. Es lo que nos permite construir la educación del futuro. Los sistemas de formación y habilitación del profesorado, los sistemas de verificación de estudios, los sistemas administrativos de acreditación... todo está a prueba y puede sufrir cambios. Los MOOC son un instrumento más para saber cómo hay que cambiar todas estas cosas. Y en eso estamos. Pueden contactar con nosotros en <http://www.ucam.edu/estudios/mooc> o en mooc@ucam.edu

8. Bibliografía

AEFOL, (2013). La comisaria europea de educación aplaude los MOOC. En línea en http://www.aefol.com/noticia/La_comisaria_europea_de_educacion_aplaude_los_MOOC/5965 Consultado el 01/07/2013.

Expansión.com, (2013). El fenómeno 'Mooc' pone patas arriba la universidad. En línea en http://www.expansion.com/2013/02/12/entorno/aula_abierta/1360657944.html# Consultado el 01/07/2013

Technology Research | Gartner Inc. En línea en <http://www.gartner.com/technology/home.jsp> Consultado el 01/07/2013.

LUGTON, M. (2012). What is a MOOC? What are the different types of MOOC?

xMOOCs and cMOOCs. En línea en

<http://reflectionsandcontemplations.wordpress.com/2012/08/23/what-is-amoooc-what-are-the-different-types-of-mooc-xmoocs-and-cmoocs/> Consultado el 01/07/2013

OBSERVATORIO MOOC (2013). No todos apoyan los MOOC (al menos de momento). En línea en <http://blogmooc.iei.ua.es/2013/05/no-todos-apoyanlos-mooc-al-menos-de.html> Consultado el 01/07/2013.

OBSERVATORIO MOOC (2013)[2]. La búsqueda de rentabilidad de los MOOCs: el gran valor para los estudiantes En línea en <http://blogmooc.iei.ua.es/2012/06/la-busqueda-de-rentabilidad-de-los.html> Consultado el 01/07/2013.

OBSERVATORIO MOOC (2013) [3]. MOOC: experimentando continuamente. En línea en <http://blogmooc.iei.ua.es/2013/04/mooc-experimentandocontinuamente.html> Consultado el 01/07/2013

SCOPEO, (2013). MOOC: Estado de la situación actual, posibilidades, retos y futuro. En línea en <http://scopeo.usal.es/wp-content/uploads/2013/06/scopeoi002.pdf> Consultado el 01/07/2013

9. Agradecimientos

No quisieramos finalizar este escrito sin agradecer públicamente al profesor Andrés Pedreño su esfuerzo divulgativo sobre Open Education y su ejemplo al impulsar UniMOOC. Asimismo, agradecer al profesor Pedro Pernías su colaboración en el proceso de creación de la Unidad MOOC de la UCAM y la elección de Google Course Builder como plataforma. Muchos de los conceptos teóricos y de las reflexiones que aquí aparecen son de ambos profesores. A ellos, gracias.