

Intereses y expectativas de los participantes en MOOC: un estudio de caso.

M^a Cruz Bernal González^a, M^a del Mar Sánchez Vera^b y M^a Paz Prendes Espinosa^c

^aUniversidad de Murcia (mariacruz.bernal@um.es), ^bUniversidad de Murcia (mmarsanchez@um.es) y ^cUniversidad de Murcia (pazprend@um.es).

Abstract

MOOC are one of the most interesting educational innovations after their great development since last years and it is one of the points of interest in the field of educational research. This article begins with a summary of information about the concept, the evolution and some statistics about MOOC in the world that show us the high course leaving data in any case. From this review, our work focuses on deepening the reasons why students are interested in a MOOC and factors influencing the high rates of abandonment of the same. Our reflections are based on the survey implemented on Canvas using our MOOC "Education in a connected world" with 2500 users. We had 1656 participants in the sample and the findings show us that the main reasons for them to sign up in the course are to increase knowledge and due to the free aspect of the course. Overall, the course was completed by 2464 participants in the platform, showing a good completion rate.

Keywords: MOOC, e-learning, students, motivation

Resumen

En el último lustro los MOOC se han convertido no solamente en una modalidad de enseñanza masiva de crecimiento fulgurante sino también en una de las líneas de investigación de mayor interés en el ámbito de la educación. Este trabajo parte de una revisión teórica sobre los MOOC y sus características, además de un análisis de estadísticas recientes que muestran la relevancia del fenómeno y a la par las altas tasas de abandono que se producen. A partir de esta revisión, nuestro trabajo se centra en profundizar en las razones por las cuales los alumnos se interesan por un MOOC y los factores que influyen en los altos índices de abandono del mismo a partir de una encuesta realizada en nuestro MOOC "Educación en un mundo conectado" impartido en Canvas. Con un total de 2500 inscritos, la encuesta fue respondida por 1656 participantes, mostrando como resultados relevantes que los participantes se apuntaron al curso principalmente para ampliar conocimientos y por la gratuidad del mismo. En general, se ha obtenido una gran tasa de finalización, terminando el curso con un total de 2464 alumnos activos en la plataforma

Palabras clave: MOOC, educación en línea, alumnado, motivación

Introducción

1. Los MOOC. Concepto y características

El desarrollo de los MOOC data del año 2008 en el que tuvo lugar la primera iniciativa, aunque su protagonismo absoluto en la educación no fue hasta que tuvo lugar el curso "Introduction to Artificial Intelligence" organizado por Thrun y Norvig. Este método de enseñanza-aprendizaje apoyado en vídeos y entrega de tareas causó gran impacto en el campo educativo ya que mantenía a los alumnos activos y en un mismo espacio de trabajo. A partir de este momento, universidades de todo el mundo se sumaron a esta iniciativa, abriendo paso a proyectos tales como EdX, Coursera o Udacity (Vázquez, López y Sarasola, 2013).

Entendemos estos cursos masivos como un entorno de aprendizaje, considerando su carácter masivo una de las características que lo diferencian de otras experiencias en el contexto del e-Learning (Sánchez-Vera, León y Davis, 2015). En la actualidad la efectividad de estos cursos es un tema de debate con autores tanto a favor como en contra y en relación a diversas cuestiones, tanto sobre su carácter masivo como sus posibilidades reales de éxito o el cuestionamiento de su modelo pedagógico.

Podemos hablar de dos grandes tipos de MOOC: los constructivistas (conocidos como "cMOOC") y los conductistas (los denominados "xMOOC"). El punto central del diseño y desarrollo de los cMOOC es el individuo que aprende en interacción con la información y con los iguales, en comunidad. Estos MOOC se centran en la autonomía del estudiante para reconstruir la información, de forma que aprende a través de la búsqueda, selección, creación y difusión de información. Siendo para ello fundamentales las conexiones que establecen los participantes entre sí, creando así conocimiento en comunidad y centrando la evaluación en dar respuesta a sus necesidades personales.

Por su parte, los xMOOC se basan en la actividad del profesor como mediador y facilitador de los contenidos, apoyándose en pruebas de evaluación automatizadas, considerando los contenidos el principal punto de interés del aprendizaje y dirigiéndose al alumno de forma masiva como grupo, olvidando con ello la diversidad de alumnado. Es la modalidad que más usualmente encontraremos en diversas plataformas y universidades.

Que universidades de todo el mundo ofrecieran cursos de estas características venía a alimentar la idea de democratizar la educación, haciendo con ello posible el acceso abierto a la enseñanza y reforzando nuevas oportunidades a países subdesarrollados. Según plantea Tiana (2015), estos cursos no venían para centrarse en los contenidos, sino que más bien la idea primigenia era adoptar un aprendizaje basado en problemas y desafíos cognitivos para de esta forma crear el conocimiento de forma activa.

Partiendo del interés que representan estas modalidades de aprendizaje masivo, hemos diseñado e implementado un MOOC a través de la plataforma Canvas en el cual hemos tenido el cupo máximo de usuarios, 2500 inscritos. Esta experiencia nos ha servido para recoger algunos datos de interés que de forma sumaria presentamos en esta comunicación. Pero antes, vamos a recopilar algunas estadísticas e investigaciones sobre MOOC que

igualmente nos van a aportar una visión más clara de sus usuarios y los intereses que les llevan a cursar esta oferta formativa en línea tan peculiar.

2. *Los participantes en los MOOCs: quiénes son y qué les motiva*

Algunas investigaciones previamente realizadas sobre el tema nos ofrece datos interesantes sobre las motivaciones de los participantes en los MOOC, concretamente, qué les lleva a apuntarse al curso y qué les incita a realizarlo.

La Fundación Telefónica ha publicado un estudio en 2015 que recoge algunos datos interesantes sobre quiénes son los participantes en los MOOC. Algunas ideas se refieren a que la edad media de los usuarios se sitúa por debajo de los 30 años, los realizan principalmente hombres (aunque depende de la temática del curso) y Estados Unidos aglutina un tercio de los alumnos que siguen este tipo de cursos, aunque en España el nivel de uso está creciendo exponencialmente, siendo el segundo país de Europa (tras Reino Unido) que realiza estos cursos.

Podemos considerar una serie de razones fundamentales para la motivación y el seguimiento de estos cursos en línea:

- Los MOOC son gratuitos. En principio esta es una de sus características básicas, que precisamente los diferencia de otros cursos en red. Aunque sabemos que existen plataformas que gestionan el pago a través de certificaciones u otros aspectos, la filosofía inicial en los MOOC y la premisa que los identifica es la libertad de acceso. Este componente influye en la motivación de los participantes para apuntarse a un MOOC. En Septiembre de 2013 la Universidad de Southampton lanzó su primer MOOC sobre Web Science y con ello se realizaron estudios sobre los componentes motivacionales de los participantes en los MOOC (White et al., 2015). Se lanzó un cuestionario en red en tres idiomas (inglés, árabe y español), preguntando a las personas que habían hecho un MOOC qué les motivaba para haberse inscrito en el mismo. El motivo principal que indicaron fue el hecho de que el curso había sido gratuito, un 67% del total indicaron esta opción como motivo fundamental (siendo señalada especialmente por un 72,5% en el cuestionario en español).
- El factor social influye en el éxito o fracaso de un MOOC. Por “factor social” podemos entender varios aspectos:
 1. Los contactos en línea que ya tenemos (contactos profesionales en red, amigos, compañeros de clase o trabajo...) que influye en conocer el curso y animarse a apuntarse (White et al., 2015).
 2. Los contactos en línea que podemos conocer, ya que se puede plantear el curso como una oportunidad para conocer a personas con nuestros mismos intereses profesionales (White et al., 2015).
 3. La manera en la que el curso da respuesta a las necesidades de los participantes: la manera de responder en el foro, las tareas que se plantean, las

herramientas web 2.0 que incluye, el nivel de interacción... ya que éstas se ha encontrado que son importantes de cara a tener una tasa de abandono menor (Yang et al., 2013).

- La manera de gestionar la información y los recursos es fundamental. Nos referimos a la manera de organizar los contenidos, el tipo de recursos que utilicemos, la calidad de los videos, etc. que condiciona que el participante sea capaz de seguir la dinámica del curso de mejor o peor forma (Luján-Mora, 2013). Nos atrevemos a indicar que este aspecto no es único del campo de los MOOC, sino de cualquier curso en línea, en donde sabemos que la manera en la que se diseñan y publican los recursos en red influye enormemente en el éxito del mismo.
- Las características de los participantes son importantes. Tenemos que tener en cuenta que muchos de los participantes en MOOC pertenecen a la esfera universitaria, de hecho, diversos estudios indican que los participantes suelen tener estudios superiores (Christensen et al., 2013; Universidad de Edimburgo, 2013; White et al., 2015), concretamente, la Fundación Telefónica en su monográfico sobre MOOC (2015) indica que entre el 60% y el 80% de los participantes en las distintas plataformas tienen estudios superiores. Consideramos que esto puede ser debido a dos factores: los contenidos especializados sobre los que suelen versar los MOOC (es común encontrar contenido y temas muy especializados con profesionales de prestigio de áreas muy concretas de conocimiento), y que en el movimiento MOOC los primeros cursos y experiencias surgieron en contextos universitarios. Aunque el concepto y la filosofía de los mismos está evolucionando a otros entornos, estos dos motivos implican que el tipo de participante que vamos a encontrar en los mismos puede atender a un perfil en concreto, no debemos olvidar que un alumno en un curso masivo no deja de ser un alumno que realiza un curso en red, por lo que requiere de más habilidades para el autoaprendizaje y unos conocimientos básicos en TIC y la gestión de la información en línea (Sánchez-Vera y Prendes-Espinosa, 2013).
- Los participantes se interesan en el contenido del curso. En diversas investigaciones (Universidad de Edimburgo, 2013; White et al., 2015) los participantes indican que se han apuntado al curso motivados por aprender más sobre un tema o área en concreta. Esta motivación va en consonancia con la indicada anteriormente, debido a la propia especialización de los contenidos que suelen presentar estos cursos, y que atraen a un público muy determinado.

Contexto y desarrollo de nuestra experiencia MOOC

En el año 2015 el Grupo de Investigación en Tecnología Educativa de la Universidad de Murcia (<http://www.um.es/gite>) diseña, produce e implementa un curso masivo en línea a través de la plataforma Canvas (<https://www.canvas.net>): “Educación en un mundo conectado” (véase <https://www.canvas.net/browse/umurcia/courses/educacion-en-un-mundo-conectado-1>). Este curso masivo se realizó pensando en una audiencia con interés en la

Tecnología Educativa y en el uso educativo de las TIC tanto dentro como fuera del aula. Elegimos Canvas por ser una plataforma gratuita de cursos MOOC que ofrece la posibilidad de impartir un curso MOOC sin necesidad de convenio previo con la institución. El curso contó con 2500 inscritos, 8 profesores y 1 diseñador.

El MOOC se desarrolla bajo la perspectiva de un xMOOC, basándonos en la publicación de diversos recursos en red, que han sido elaborados por los docentes del mismo. Durante el desarrollo del mismo se hizo uso de herramientas como el foro para promover la comunicación y participación de las personas que lo realizaron. La evaluación fue a través de pruebas de evaluación objetivas, aunque en futuras ediciones se ha incluido la evaluación por pares y otras estrategias de evaluación.

La población objeto de nuestro estudio fue la de los 2500 inscritos en el curso, encontrando finalmente que 1656 respondieron al cuestionario inicial, un 66% del total. El cuestionario fue diseñado ad hoc para esta investigación y la validación de contenido se realizó con el método de juicio de expertos a través del Panel Internacional de Investigación en Tecnología Educativa (<http://gte2.uib.es/panel/>). Constaba de 18 preguntas, todas ellas ítems cerrados de opciones múltiples. Se incluyeron 5 ítems sociodemográficos y los 13 restantes sobre intereses y motivaciones a partir de los datos que habían sido obtenidos en estudios anteriores. El MOOC comenzó en Marzo de 2015 y el cuestionario se aplicó en el primer módulo del mismo.

Resultados

De nuestros 1656 sujetos que conforman la muestra participante, encontramos que la mayoría están entre los 25 y 35 años (34%), son mujeres (63%), son trabajadores por cuenta ajena (41%) que tienen ya una titulación universitaria (56,8%) y son de España (un 19,8%) o de países latinoamericanos (60%). En su mayoría (78,6%) manifiestan que es la primera vez que se inscriben en un MOOC, siendo la experiencia más común entre aquellos que ya han cursado anteriormente un MOOC la de MiríadaX (26,4%) o Coursera (23,7%), seguidos de Canvas (17,3%).

Adentrándonos en los elementos que centran el interés en los MOOC, nuestra muestra participante señala como principal motivo de abandono de los cursos masivos el excesivo tiempo que exige su terminación (25,4%), véase la Figura 1.

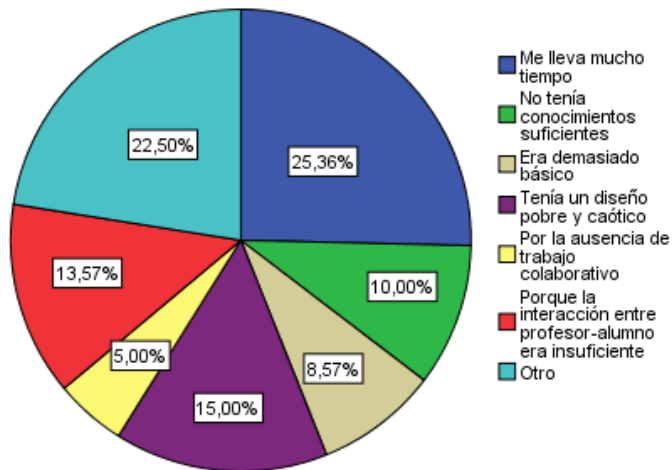


Figura 1. Principales razones para abandonar un MOOC.

En cuanto a las razones para inscribirse en este curso concreto, con gran diferencia sobre otros argumentos señalan prioritariamente la posibilidad de ampliar conocimientos (32,2%), la gratuidad (21,2%) y el interés del tema (20,6%). Además un 98,3% de nuestros encuestados señala que prefieren cursos en español, dato que revela la importancia del idioma como factor a la hora de elegir un curso.

En cuanto a aspectos de diseño del curso, prefieren diseños de pantalla adaptables a distintos dispositivos (40,3%), que las evaluaciones no se limiten a cuestionarios tipo test sino que incluyan tareas prácticas (29%) y foros como principal espacio de interacción (27%) por encima de las redes sociales (21,4%).

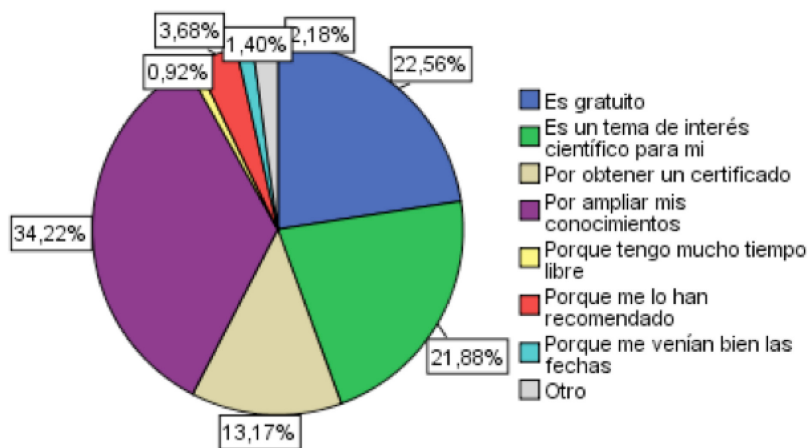


Figura 2. Motivos por los cuales te interesa este curso.

Finalmente, creemos que es interesante la pregunta sobre si "¿Tienes intención de concluir todos los módulos del curso?", pues el 99,6% respondió afirmativamente a esta cuestión, demostrando una motivación inicial relevante para la realización del MOOC.

Conclusiones

El perfil de los usuarios de nuestro estudio de caso (el MOOC "Educación en un mundo conectado") coincide con las generalidades observadas en estudios anteriores (Christensen et al., 2013; Universidad de Edimburgo, 2013; Fundación Telefónica, 2015; White et al., 2015) relativas a que son mayoritariamente usuarios que rondan los 30 años y con estudios superiores. Sin embargo, en nuestro curso la mayor parte de los inscritos son mujeres, dato que no coincide con los que presenta la Fundación Telefónica en su informe (2015), algo que creemos que puede estar relacionado con el contenido temático del curso pues la educación es un campo de conocimiento donde la mayor parte de los estudiantes universitarios y por ende los graduados, son mujeres. Es además el tema uno de los criterios de elección del curso, como hemos podido ver.

El motivo que de forma mayoritaria señalan nuestros participantes para elegir el MOOC es la posibilidad de ampliación de conocimientos, lo que coincide con los estudios de la Universidad de Edimburgo (2013) y White et al. (2015). El segundo motivo del interés que han señalado nuestros encuestados es la gratuidad, coincidiendo con los estudios de White et al. (2015).

Nuestra experiencia nos ha servido para observar las coincidencias con los datos de anteriores investigaciones, pero nos resulta llamativo que más del 99% de los encuestados señalen su intención de acabar el curso, puesto que en el fenómeno MOOC, dada la posibilidad de inscribirse gratuitamente en multitud de cursos sin ningún tipo de compromiso más que dejar una dirección de correo, es conocido que se inscriben usuarios sin interés de concluir sino simplemente observar, curiosear o aprender de algún contenido aislado pero sin deseo real de continuidad en el curso. En una investigación realizada en el curso Change11 facilitado por Siemens, Cormier y Downes, se llevó a cabo una encuesta y entrevista con ánimo de conocer la población de un MOOC, así se diferenciaron entre las categorías No-Shows (registrados), Lurkers (observadores), Drop-Ins (merodeadores), Passive Participants (participantes pasivos), y Active Participants (participantes activos). A través de los datos obtenidos se llega a la reflexión de que la curva producida por los Lurkers (observadores) es más pronunciado que el resto, afirmándose que la mayoría de estudiantes inscritos en un MOOC presentan intenciones de aprovechar un número determinado de recursos y materiales del curso, correspondiéndose a un 60-80% los participantes que no se involucran en el proceso de forma activa (Hill, 2013).

En definitiva, el MOOC "Educación en un mundo conectado" ha sido un éxito en la medida en la que se ha obtenido una gran tasa de finalización, terminando el curso con un total de 2464 alumnos activos en la plataforma y tan sólo 18 alumnos que respondieron a los cues-

tionarios de proceso de abandonado facilitados al final de cada uno de los módulos del curso (Bernal y Prendes, 2014).

Los MOOC ni son la panacea de la educación en línea, ni tampoco la perversión de la educación en línea. Son un fenómeno que ha tenido su apogeo en los últimos años y que ahora parece asentarse y que permite reflexionar sobre determinados usos que podemos hacer de los mismos. Hennesy (Miller, 2016), de la Universidad de Standford, pone en duda la utilidad de los MOOC por la complejidad que supone querer enseñar a miles de alumnos a la vez con un sólo curso, pero indica la utilidad que pueden presentar para ser convertidos en SPOC (Small Private Online Course), cursos de formación a distancia con una metodología participativa y abierta (filosofía de apertura de los MOOC llevada a grupos más pequeños). También indica el potencial que pueden tener para el desarrollo de metodologías innovadoras como Flipped Classroom (Aula Invertida). En definitiva, aprovechar el potencial de los recursos que tiene y de los profesores que participan, pero llevarlos a transformaciones metodológicas más profundas de la educación en línea.

Referencias

BERNAL-GONZÁLEZ, M.C. y PRENDES-ESPINOSA, M.P. (2014). Abandono de los estudiantes en los MOOC. *Digitum: Depósito de la Universidad de Murcia*. Disponible en <<https://digitum.um.es/xmlui/handle/10201/46706>> [Consulta 3 de Abril de 2016]

CHRISTENSEN, G., STEINMETZ, A., ALCORN, B., BENNETT, A., WOODS, D. Y EMANUEL, E.J. (2013). “The MOOC Phenomenon: who takes Massive Open Online Courses and Why?”. Disponible en <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2350964> [Consulta 31 de Marzo de 2016]

FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2015). “Los MOOC en la educación del futuro: la digitalización de la formación”. Ariel. Disponible en <http://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/?itempubli=324&_ga=1.66744238.1261203721.1459436825> [Consulta 30 de Marzo de 2016]

GROUP MOOC (2013). “MOOCs @ Edinburgh 2013: report #1, pp. 1-42. The University of Edinburg. Disponible en <<https://www.era.lib.ed.ac.uk/handle/1842/6683>> [Consulta 30 de Marzo de 2016].

HILL, P. (2013a). “The Four Student Archetypes Emerging in MOOCs”. e-Literate. Disponible en <<http://mfeldstein.com/the-four-student-archetypes-emerging-inmoocs/>> [Consulta 2 de Abril de 2016].

HILL, P. (2013b). “Emerging Student Patterns in MOOCs: A (Revised) Graphical View”. eLiterate. Disponible en <<http://mfeldstein.com/emerging-student-patterns-inmoocs-a-revised-graphical-view/>> [Consulta 2 de Abril de 2016].

LUJÁN-MORA, S. (2013). “Lecciones aprendidas en la organización de un curso de tipo MOOC”, en *II Congreso Internacional sobre Aprendizaje, Innovación y Competitividad (CINAIC 2013)*. Madrid. Disponible en <http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/41434/1/ACTAS_CINAIC_2013-1.pdf> [Consulta 30 de Marzo de 2016]



MILLER, M. (2016). “John Hennessy (Stanford): Les MOOC ne fonctionnent pas comme prévu initialement”. EducPros.fr. Disponible en <<http://www.letudiant.fr/educpros/entretiens/stanford.html>> [Consulta: 29 de Marzo de 2016]

PRENDES-ESPINOSA, M.P. y SÁNCHEZ-VERA, M.M. (2014). “Arquímedes y la tecnología educativa: un análisis crítico en torno a los MOOC”. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 79, 29-49. Disponible en <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27431190003>> [Consulta 24 de Marzo de 2016]

SÁNCHEZ-VERA, M.M. y PRENDES-ESPINOSA, M.P. (2014). “La participación del alumnado en los cursos masivos (MOOC)”, en *II Congreso Internacional de Innovación Docente*, Murcia. Disponible en <https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/39138/1/C156_mooc.pdf> [Consulta 31 de Marzo de 2016]

SÁNCHEZ-VERA, M.M., LEÓN-URRUTIA, M. y DAVIS, H. (2015). “Desafíos en la creación, desarrollo e implementación de los MOOC: el curso de Web Science en la Universidad de Southampton”. *Revista Comunicar*, 44, v.XXII.

WHITE, S., DAVIS, H., DIKENS, K., LEÓN-URRUTIA, M. y SÁNCHEZ-VERA, M.M. (2015). “MOOCs: What motivates the producers and participants” en *Communications in Communication and Information Science*. 510, p. 99-114. Series Communications in Computer and Information Science. Disponible en <<http://eprints.soton.ac.uk/370440/1/Whiteetal2014MOOCsProducersAndParticipantsCommunicationsInComputerAndInformationScience.pdf>> [Consulta 31 de Marzo de 2016]

VÁZQUEZ, E., LÓPEZ, E. y SARASOLA, J.L. (2013). *La expansión del conocimiento en abierto: los MOOC*. Madrid: Editorial Octaedro.

WANG, Y.E. (2014). “MOOC learner motivation and learning pattern discovery - a research prospectus paper”. En *Proceedings of the 7th International Conference on Educational Data Mining (EDM, 2014)*. Disponible en <http://educationaldatamining.org/EDM2014/uploads/procs2014/YRT/452_EDM-2014-Full-Proceedings.pdf> [Consultado el 28 de Marzo de 2016].

YANG, D., SINHA, T., ADAMSON, D. y ROSÉ, C.P. (2013). “Turn on, tune in, drop out: anticipating student dropouts in Massive Open Online Courses”, en *In workshop of NIPS*. Disponible en <http://educationaldatamining.org/EDM2014/uploads/procs2014/YRT/452_EDM-2014-Full-Proceedings.pdf> [Consulta 31 de Marzo de 2016]