

Creando desde el ciberespacio: intercreatividad y sMOOC

Creating from the cyberspace: intercreativity and sMOOC

JULIA MAÑERO CONTRERAS | julia-mc@hotmail.es
UNIVERSIDAD DE SEVILLA | ESPAÑA

Recibido: 18 de mayo 2017 | Aceptado: 30 de junio de 2017

DOI: <https://dx.doi.org/10.12795/Communiars.2018.i01.04>



Artículo bajo licencia Creative Commons BY-NC-SA

Cómo citar este artículo:

Mañero-Contreras, J. (2018). Creando desde el ciberespacio: intercreatividad y sMOOC. *Communiars. Revista de Imagen, Artes y Educación Crítica y Social*, 1, 35-42.

Resumen:

Asumiendo la relevancia de las nuevas tecnologías en el panorama educativo, pretendemos establecer una serie de consideraciones en relación con una nueva tipología de cursos, los Massive Open Online Course(s), el fenómeno creciente del siglo XXI conocido por su acrónimo MOOC(s). La importancia del aprendizaje a lo largo de toda la vida, ha posicionado a los MOOCs como una alternativa o complemento a la formación tradicional en la actual sociedad del conocimiento. Esta situación, ha suscitado críticas referente al carácter pedagógico de los mismos, ya que la mayoría trasladan la misma metodología del aula al contexto online. Desde este estudio nos planteamos si realmente un nuevo surgimiento, los sMOOC (social MOOC), desarrollan una pedagogía más crítica, alejada de la comúnmente formal, dónde el concepto de intercreatividad, puede verse desarrollado y potenciado.

Palabras Claves:

Digital; Educación; Intercreatividad; MOOC; sMOOC

Abstract:

Assuming the importance of new technologies in the educational landscape, we intend to establish a number of considerations regarding a new type of courses, Massive Open Online Course (s), the growing phenomenon of XXI century known by its acronym MOOC(s). The importance of learning throughout life, has positioned MOOCs as an alternative or complement to traditional training in today's knowledge society. This situation has given rise to criticism regarding their pedagogical nature, because most of them transfer the same methodology from classroom to an online context. From this study we consider whether a new emergence, the sMOOC (social MOOC), develop a more critical pedagogy, away from one that is usually formal, where the concept of intercreativity can be developed and enhanced.



Key Words:

Digital; Education; Intercreativity; MOOC; sMOOC.

1. Introducción y propósitos

Con el surgimiento de los Massive Open Online Courses en el año 2008, también conocidos como MOOC, en 2008, Stephen Downes y George Siemens añadieron el concepto de masivo a los ya implementados cursos abiertos y en línea (Sánchez-Vera, León-Urrutia, y Davis, 2014). Los MOOC pueden ser categorizados según la pedagogía que desarrollan y aunque en su totalidad se encuentran ubicados en el contexto online, atienden en la mayoría de ocasiones a una pedagogía formal, no nutriéndose de las particularidades del propio contexto en el que se llevan a cabo. Podríamos hablar por tanto, de una pedagogía deslocalizada y que no atiende a conceptos tan demandados en la actualidad, como son la capacidad crítica y creativa del capital humano.

En la actualidad una de las plataformas españolas que ofrecen MOOC, la plataforma ECO Learning, ha sido participe de un proyecto a través del cual ha surgido una nueva tipología de MOOC, los Social MOOC en adelante, sMOOC (Osuna y Camarero, 2016). Estos se diferencian en su fundamentación ya que, deciden desarrollar una pedagogía innovadora, relacionándola con las particularidades del contexto, incluyendo para este desarrollo el carácter social y el concepto de intercreatividad, ideal promovido por Berners-Lee: “la intercreatividad es el proceso de hacer las cosas o resolver problemas juntos. Si la interactividad no es sólo sentarse pasivamente delante de una pantalla, entonces la intercreatividad no es solo sentarse frente a algo interactivo” (Berners-Lee 1999, p. 156).

Por tanto, desde este estudio tratamos de analizar las peculiaridades de esta nueva tipología, ver en qué medida su pedagogía se adecúa con las necesidades del alumnado y de forma complementaria analizar la importancia de la creatividad en términos educativos.

A continuación presentamos los objetivos de estudio de los que partimos a la hora de orientar nuestra investigación:

Objetivo primario

1. Describir el fenómeno sMOOC desde una ejemplificación concreta en relación con la pedagogía utilizada y el aprendizaje propuesto.

Objetivos secundarios

1. Reflexionar sobre cómo la pedagogía propuesta desde un sMOOC contribuye al conocimiento común y la actitud crítica del alumnado.
2. Evaluar cómo los sMOOC pueden favorecer del desarrollo de la creatividad en el alumnado, tras analizar las particularidades del contexto y la pedagogía que desarrollan.

2. Marco teórico

El presente estudio se enmarca en un contexto que fue denominado por Toffler (1997) como “la tercera ola”, una época de importantes cambios y de tensión en todos los aspectos que configuran la sociedad. Una sociedad, actualmente denominada sociedad del conocimiento, en la que el conocimiento es la mayor fuente de poder adquiriéndose siguiendo a varios autores en gran medida a través de las nuevas tecnologías (Battro y Denham, 2007; Rodrigues, 2003; Torres y Gago, 2014). Un conocimiento que se muestra en cambio y evolución constante, debido en gran parte al hecho de que todos nos convertimos en productores y consumidores de información, siendo entes activos en el tratamiento de la misma. Incluso, podríamos afirmar que el conocimiento se construye entre todos y no por una minoría centralizada.

En este contexto social, resulta pertinente realizar una reflexión respecto de la cultura, en un ambiente donde los nuevos avances tecnológicos abarcan prácticamente todos los aspectos de nuestra vida diaria. Cuando hablamos de sociedad de conocimiento ponemos de manifiesto un nuevo paradigma tecnológico, donde Internet subyace como figura principal (Castells, 2003). Internet ha posibilitado que la cultura traspase cualquier límite espacio-temporal.

Resultado de este paradigma social y cultural, es el hecho de que cada vez resulte más imprescindible fomentar el aprendizaje continuo a lo largo de la vida. Por ello, se necesita plantear la educación y el proceso de aprendizaje desde otra óptica y perspectiva. La (re)generación de conocimiento es más que una imposición, un requisito si queremos adaptarnos socialmente. Actualmente, los términos inteligencia y almacenamiento de información, no guardan una estrecha relación, vinculándose más la inteligencia con la capacidad de adquirir y manejar de forma crítica el conocimiento en vez de con la extendida práctica de acumularlo indiscriminadamente (Bauman, 2007).

Por tanto, cabe reflexionar sobre qué sentido tiene seguir transmitiendo los conocimientos como se ha venido haciendo en el aula tradicional, en un contexto novedoso y con infinitas posibilidades como es la red. Carlos Escaño sugiere que estas peculiaridades del contexto pueden o bien ser aprovechadas o bien obviadas negando sus posibilidades (Escaño, 2013). Por este motivo, resulta novedoso e innovador aunar dos fenómenos inherentes al contexto digital y recientes: los Massive Open Online Courses, de ahora en adelante MOOC y la intercreatividad, ambos conceptos auspiciados por y para la red.

Antes de profundizar en el primero de los conceptos, es necesario hacer notar que de poco sirve el hecho de usar las nuevas tecnologías con el mismo fin que las antiguas, es decir, un proceso de enseñanza vertical donde no hay espacio para la crítica y la reflexión. Por consiguiente el cambio educativo no se focaliza en usar únicamente las nuevas tecnologías, sino en la forma en las que enseñamos y aprendemos. El uso de las nuevas tecnología no supone un cambio educativo en sí mismo, ya que por ellas mismas no ejecutan un proceso de aprendizaje nuevo, en otras palabras deben incidir en una mejora y evolución pedagógica (Kalantzis y Cope, 2009).

2.1. MOOC e intercreatividad

El movimiento MOOC, como concepto educativo, obtuvo desde sus comienzos mucha popularidad en los Estados Unidos por encima de cualquier otro país (Hew y Cheung, 2014) ya que simplemente tenemos que basarnos en estudios como es el caso del realizado por Poy y Gonzales-Aguilar (2014) en el que realizan una recopilación de las plataformas más populares para desarrollar MOOC en el 2013 y la gran mayoría son de origen estadounidense.

Promoviendo un cambio radical en la metodología de aprendizaje y enseñanza, rompen con el esquema lineal que ha predominado tradicionalmente. Promueven una implicación más evidente del estudiante en estos procesos, ya que puede elegir la dirección en la que explora el contenido de aprendizaje (Torres y Gago, 2014).

No solo permiten que el estudiante sea un ente activo en el proceso de aprendizaje, sino que de igual forma, son los propios alumnos los que deciden su itinerario y cómo desean formarse sin que existan limitaciones y barreras espacio-temporales. Los MOOCs incitan a esto, en ellos “los alumnos se convierten, también, en generadores de contenido y de conexiones entre distintos aspectos del curso” (Vázquez-Cano y López, 2014, p.5). Del mismo modo, y relacionándolo con el concepto de intercreatividad, ofrecen posibilidades muy relevantes como herramientas participación e interacción. (Torres y Gago, 2014, p. 18).

El hecho de que los MOOC estén evolucionando continuamente se ve claramente en el surgimiento de nuevas tipologías de estos cursos aunque todos tienen un pilar común, no enfocarse en “lo abierto” del contenido, sino en las prácticas educativas abiertas (Chiappe, Hine, y Martínez-Silva, 2015). La diferencia radica en la pedagogía sobre la que se sustentan según Castaño, Maíz, y Garay (2014) como podemos ver a continuación.

La mayoría de los autores consideran dos tipos de MOOC fundamentales, como es el caso de Rodríguez (2012), que analiza en profundidad los dos modelos más asentados, por un lado los c-MOOC, de origen conectivista y basados en la colaboración y la formación del conocimiento entre todos, más concretamente podemos afirmar que “aprender consiste en crear una red externa de nodos, donde interconectamos y formamos fuentes de información y conocimiento” (Bartolomé y Steffens, 2014, p. 96).

En segundo lugar los x-MOOC, más conocidos como MOOC de forma general o “Modelo Stanford” (Castaño et al., 2014, p. 20), son más tradicionales, se basan en los contenidos e ideales conductuales y en plataformas como Coursera (de origen estadounidense) se introducen foros de discusión o evaluación por pares.

2.2. Social MOOC, sMOOC

Posterior a estos estudios, surge una nueva perspectiva que engloba a un nuevo tipo de MOOC, los sMOOC (Social MOOC), que forman parte del proyecto ECO Learning:

“El proyecto ECO (aprendizaje electrónico , Comunicación y Open-Data, : Massive Mobile , Ubicuo y Aprendizaje Abierto) fue creado para diseñar y poner en práctica MOOCs en los centros regionales con el objetivo final de instruir profesores en todos los niveles educativos [...]” (Osuna y Camarero, 2016, p. 117).

Los Social MOOC, están basados en el conectivismo y en el constructivismo social, y ambos abogan por la intercreatividad, como proceso para crear conocimiento. Apostando por un aprendizaje ubicuo y con unos criterios diferenciales, parecen situarse lejos de los demás tipos de MOOC conocidos hasta la fecha. Se denominan así mismos “sociales” porque su aprendizaje está determinado por la participación y la interacción social entre los participantes (Osuna y Camarero, 2016).

Retomando el término de intercreatividad, como concepto reciente y determinante en esta nueva tipología de cursos MOOC, es imprescindible señalar que alude al hecho de construir entre todos, ser creativos juntos en el ciberespacio, mediante una filosofía de apertura basada en licencias abiertas (Berners-Lee, 2000). Según el autor, el término interactividad guarda relación con una la interacción llevada a cabo entre humanos y máquinas, por lo que intercreatividad sería más adecuado para definir el hecho de resolver tareas entre dos o más personas.

Debido a que el concepto de intercreatividad, no ha sido ampliamente estudiado (Restrepo Quevedo, 2016), nos parece relevante atender a los conceptos independientes de interacción y creatividad, para subrayar la importancia de los mismos en relación con la educación en la conclusiones que se exponen.

3. Metodología

Al no existir un gran volumen bibliografía sobre los Social MOOC en concreto, el estado del conocimiento del tema elegido es muy vago, por lo que podríamos definirla como una investigación de carácter exploratoria con una finalidad descriptiva del fenómeno en cuestión. Siguiendo a Clares (2005) la metodología que se utiliza en este tipo de estudios es bastante flexible y amplia por tanto nuestra investigación dispuso de dos enfoques:

1ª Cuantitativos: se estudiaron hechos concretos.

2ª Cualitativos: se estudiaron los discursos interpretativos de los hechos.

Debido a nuestro interés por triangular la investigación, varios fueron los sujetos investigados. En un primer plano y cómo objeto principal, se formó parte de un sMOOC desde un rol participante, el denominado *sMOOC: Paso a Paso* llevado a cabo en la plataforma Eco Learning.

Eco Learning es una plataforma integrada en el proyecto ECO: Elearning, Comunicación y Open-data. Este proyecto es financiado por el CIP de la Comunidad Europea y en él participan universidades de índole internacional y nacional.

Para el análisis del sMOOC, nos servimos de una técnica interactiva, la observación participante. Mediante un estudio de caso, se evaluaba sistemáticamente el sMOOC desde una óptica interna (como participante) y al mismo tiempo desde una óptica externa (como observador). Las actividades y observaciones se recogieron mediante un diario de campo, acompañando las anotaciones escritas con imágenes fotográficas.

En un segundo plano y de forma complementaria, se investigaron algunos participantes en concreto. La muestra seleccionada fue completamente aleatoria, ya que se pidió participación

a través del foro del sMOOC y las redes sociales. Así pues, el número total de sujetos encuestados fueron 52, lo que representa un 68% de la población total. Debido a que la muestra recogida no se acoge a los índices de fiabilidad y validez necesarios, los datos que aquí se muestran son meros indicadores para posibles líneas futuras de investigación y no pretenden establecer conceptos objetivos o de índole universal.

La técnica empleada fue un cuestionario de elaboración propia formado por 10 preguntas, 9 de las cuales eran de estandarización cerrada y una de ellas abierta con el objetivo de recoger la opinión personal de los sujetos encuestados.

El cuestionario fue validado por 4 expertos en materia de educación y nuevas tecnologías y para la validación se tuvieron en cuenta la adecuación y la pertinencia de los ítems propuestos.

En relación con el concepto de creatividad, se realizó un análisis de libros y artículos que versaban sobre el tema y se relacionaron algunas conclusiones extraídas de los mismos con el análisis que anteriormente se había llevado a cabo los sMOOC, su contexto y su pedagogía utilizada.

4. Resultados y/o conclusiones

La pedagogía empleada por los Social MOOC se adapta al contexto y a la cultura social actual. El rol participante que este tipo de MOOC invita a adoptar al estudiante, tanto en la web 2.0 y las redes sociales, es muy similar al que adoptamos en nuestra vida privada. Se hace visible por tanto que la participación y el aprendizaje colaborativo son los ejes fundamentales de los sMOOC. Una muestra de ello es que desde el primer momento se instó por medio de actuaciones y actividades a participar activamente.

Podríamos afirmar por tanto que los social MOOC sí presentan una pedagogía innovadora con respecto a las demás tipologías de MOOC. El carácter social de los mismos es la principal diferencia con otros tipos de MOOC como es el caso de los x-MOOC en el que la pedagogía empleada se asemeja más a una tradicional, donde el estudiante realiza un aprendizaje del tipo individual. Como pudimos comprobar, en los sMOOC aprendemos a través de la interacción con el resto de los participantes en las distintos canales de participación disponible, la propia plataforma y las redes sociales.

Este carácter social siguiendo a autores como Mihály Csíkszentmihályi al cual hacen alusión Marina y Marina (2013) en su libro *El aprendizaje de la creatividad*, potenciaría la creatividad, ya que se cree que no se produce en la mente de la persona, sino en la interacción de esta con su contexto sociocultural.

En segundo lugar, reflexionando sobre cómo un sMOOC contribuye al conocimiento común, pudimos concluir exponiendo que debido a la propuesta metodológica, formas de evaluar y canales de participación, la creación de conocimiento común se ve favorecida por este tipo particular de MOOC.

Podemos afirmar que el conocimiento común se ve facilitado, ya que son numerosas las vías de participación, no solo en la propia plataforma sino en las redes sociales en la que tiene visibilidad el proyecto.

Dicho conocimiento común, así como una buena participación por parte de los estudiantes, se ve influenciada por la libertad de aprendizaje que sienten las personas matriculadas en este tipo de cursos. Tomando como referencia a Rogers (1980) la enseñanza debe estar centrada en el alumno con un enfoque no estructurado. Algunas cuestiones a tener en cuenta a la hora de facilitar este tipo de aprendizaje serían; autenticidad en el facilitador, el aprecio o la confianza en él y una comprensión empática, valores que en cierta medida reúne un MOOC. Esta libertad en el aprendizaje, deberá dejar fluir el potencial creativo de cada uno de nosotros.

El hecho de que se realice un aprendizaje grupal hace que “el potencial creativo del individuo mejore...” (Sanz de Acebo, 2007, p. 162). Este mismo autor hace alusión a Osborn (1953) y Torrance (1972) para apoyar la idea de que el trabajo en grupo estimula la creatividad.

Aunque el concepto de creatividad no tiene una definición consensuada, varios son los autores como Sterberg o Lubort (1991) que opinan que el entorno o la presión ambiental puede fomentar o inhibir la creatividad. Apoyando esta idea, cabe resaltar que es indiscutible el hecho de que surjan más ideas trabajando en grupo que de forma individual y que por tanto la creatividad sea mayor en grupos heterogéneos.

Un estudio realizado en 2012 por Martín y Martín concluye afirmando “que la enseñanza de la creatividad constituye uno de los pilares claves de la educación del siglo XX” (Martín y Martín, 2012, p. 2). Por este motivo y debido a las conclusiones expuestas a lo largo de este apartado, concluimos ratificando la importancia de la intercreatividad como concepto educativo en el contexto online y su proyección a través de los Social MOOC como recurso educativo abierto.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Bartolomé, A., & Steffens, K. (2014). ¿Son los MOOC una alternativa de aprendizaje? *Comunicar*, 21(44), 91-99.
- Battro, A. M., & Denham, P. J. (2007). *Hacia una inteligencia digital*. Buenos Aires : Academia Nacional de Educación.
- Bauman, Z. (2007). *Los retos de la educación en la modernidad líquida*. Barcelona: Gedisa.
- Berners-Lee, T. (2000). *Tejiendo la red*. Siglo XXI de España.
- Castaño, C., Maíz, I., & Garay, U. (2014). Diseño, motivación y rendimiento en un curso MOOC cooperativo. *Comunicar*, 21(44), 19-26.
- Castells, M. (2003). La dimensión cultural de internet. *Andalucía educativa*, 36, 7-10.

- Chiappe, A., Hine, N., & Martinez-Silva, J.-A. (2015). Literatura y práctica: una revisión crítica acerca de los MOOC. *Comunicar*, 21(44), 09-18.
- Escaño, C. (2013). Educación move commons. Procomún, cultura Libre y acción colaborativa desde una pedagogía crítica, mediática y e-visual. *Arte, Individuo y Sociedad*, 25(2), 319-336.
- Hew, K. F., & Cheung, W. S. (2014). Students' and instructors' use of massive open online courses (MOOCs): Motivations and challenges. *Educational Research Review*, 12, 45-58.
- Kalantzis, M., & Cope, B. (2009). *Ubiquitous Learning*. Chicago: University of Illinois Press.
- Marina, J. A., & Marina, E. (2013). *El aprendizaje de la creatividad*. Barcelona: Ariel.
- Martín, L. R., & Martín, I. R. (2012). Creatividad Y Educación. *Prisma Social*, (9), 311.
- Osuna, S., & Camarero, L. (2016). The ECO european project: A new MOOC dimension based on an intercreativity environment. *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 15(1), 117-125.
- Poy, R., & Gonzales-Aguilar, A. (2014). Factores de éxito de los MOOC: algunas consideraciones críticas. *Iberian Journal of Information Systems and Technologies*, 1(e1), 105-118.
- Restrepo-Quevedo, D. A. (2016). *Intercreatividad en potencia. Diseño de ambientes virtuales de aprendizaje potenciadores de participaciones creativas*. Universidad de Caldas.
- Rodriguez de Almeida, R. (2003). *De la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento: la sociedad del bit*. Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones.
- Rodríguez, O. (2012). MOOCs and de Al-Stanford like courses: Two Successful and Distinct Course Formats for Massive Open Online Courses.
- Rogers, C. R. (1980). *Libertad y creatividad en la educación: el sistema «no directivo»*. Barcelona [etc.]: Paidós.
- Sánchez-Vera, M.-M., León-Urrutia, M., & Davis, H. (2014). Desafíos en la creación, desarrollo e implementación de los MOOC: El curso de Web Science en la Universidad de Southampton. *Comunicar*, 21(44), 37-44.
- Sanz de Acebo, M. L. (2007). *Creatividad individual y grupal en educación*. Madrid: S.A EIUNSA.
- Toffler, A. (1997). *La tercera ola*. Barcelona: Plaza & Janes.
- Torres, D., & Gago, D. (2014). Los Moocs Y Su Papel En La Creación De Comunidades De Aprendizaje Y Participación. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 17(1), 13-34.
- Vázquez, E., & López, E. (2014). Los MOOC y la educación superior: la expansión del conocimiento. *Profesorado*, 18, 3-12.