

Los MOOC y la innovación docente: una experiencia audiovisual en la plataforma EdX

MOOC and innovative teaching: an audiovisual experience in EdX

Pilar Carrera Álvarez , Eva Herrero Curiel , Clara Sainz de Baranda
mpcarrer@hum.uc3m.es, eherrero@hum.uc3m.es, cbaranda@hum.uc3m.es

Periodismo y Comunicación Audiovisual

Universidad Carlos III de Madrid
Madrid, España

Resumen-Esta comunicación presenta una experiencia de innovación docente en el campo del género documental. Se trata del primer MOOC (Massive Online Open Courses) divulgativo, en inglés y español, sobre el documental y las mutaciones del género en la actualidad para la plataforma educativa EdX (fundada por la Universidad de Harvard y el MIT). El curso ha sido creado, desarrollado e impartido por un equipo de profesores del Dpto. de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid. El curso cuenta con la participación de académicos vinculados también con la praxis documental y profesionales del sector. El curso consta de 8 módulos que abordan aspectos históricos, conceptuales, retóricos y narrativos. Se pone énfasis en los nuevos formatos propiciados por la tecnología digital e Internet. El MOOC comenzó a impartirse el 17 de febrero de 2015 y finalizó el 3 de mayo de 2015. Se han matriculado, durante la fase de impartición, 7.183 alumnos de 156 países. Tras un repaso por el estado de la cuestión de estos cursos de formación a distancia, basados en el acceso al conocimiento abierto, gratuito y on-line, presentamos objetivos, metodología y los principales resultados de esta experiencia docente.

Palabras clave: MOOC, documental, innovación docente, cursos masivos abiertos online, internet, EdX, educación superior, aprendizaje global, enseñanza global

Abstract-This paper presents an innovative approach to online learning: The first EdX MOOC on Documentary film (EdX is a non-profit online initiative founded by Harvard and MIT). It is a bilingual course, created and developed at Universidad Carlos III de Madrid by a group of Journalism scholars. Documentary filmmakers and renowned scholars and documentary makers have participated. The main goal of the course is to introduce students to the documentary genre and subgenres, through 8 lessons dealing with subjects such as webdocumentary, fake documentary, brand-documentary etc. The influence of technology in documentary storytelling cuts across the whole learning experience. This MOOC has started on February 2015 and has finished on 3 May 2015 with 7.183 students enrolled, from 156 different countries. The paper's structure consists of an overview on the state of the art of Massive Online Open Courses (MOOC), the description of the methodology, and the presentation of the main results and conclusions drawn from this online learning experience.

Keywords: MOOC, documentary, educational innovation, massive open online courses, internet, EdX, higher education, global learning, global teaching

1. INTRODUCCIÓN

La Educación Superior no ha vivido ajena a las transformaciones tecnológicas de los últimos años. La formación digitalizada y a distancia forma parte de las estrategias docentes universitarias. La llegada de los MOOC (Massive Online Open Courses) a las universidades está dando lugar a un replanteamiento epistemológico y operativo acerca de la difusión del conocimiento y la comunicación efectiva profesor-alumno. En principio, cualquier persona puede acceder a unos contenidos académicos de calidad sin ningún tipo de limitación espacial, económica, temporal o cultural, solo aquella ocasionada por la ausencia de conectividad.

Los MOOC son un tipo de formación al que pueden acceder de forma gratuita miles de usuarios de todo el mundo. El origen de los MOOC se remonta al año 2001 cuando el Massachusetts Institute of Technology (MIT) decidió hacer accesibles sus contenidos educativos a través del OpenCourseWare. Su presidente, Charles M. Vest, definió estos cursos como una combinación de “la tradicional apertura, compromiso e influencia democratizadora de la educación americana y la posibilidad que ofrece la Web para poner una vasta cantidad de información disponible de forma inmediata” (MIT, 2001).

Sin embargo, no es hasta el año 2008 cuando se acuña el término MOOC, a partir del curso Connectivism and Connected Knowledge (CCK08), ofertado por la Universidad de Manitoba, en Canadá. En este curso se matricularon presencialmente 25 estudiantes y 2.300 estudiantes, de forma gratuita, a través de Internet. “Todo el contenido del curso estaba disponible a través de herramientas RSS y los usuarios que asistían al curso a través de la red podían participar en las clases a través de un blog, espacios de Second Life y Moodle” (Fundación Telefónica, 2015, p. 45).

El crecimiento de los MOOC, en los últimos cinco años, ha sido muy rápido. Desde 2010, instituciones como Stanford, Harvard, MIT o la Universidad de Toronto han apostado por este tipo de cursos masivo como parte fundamental de sus líneas estratégicas de aprendizaje y conocimiento (Meneses, Cano, & Graván, 2015, p. 74). El periódico The New York

Octubre 14-16, 2015, Madrid, ESPAÑA

III Congreso Internacional sobre Aprendizaje, Innovación y Competitividad (CINAIC 2015)

Times reconoció el 2012 como el año del MOOC, debido al creciente número de plataformas que ofertaron este tipo de cursos. Más allá de los contenidos manifiestos de los cursos, las plataformas que ofertan los MOOC se están haciendo con grandes masas de lo que podemos denominar Big Data académico y un enorme patrimonio en términos de comunicación efectiva a nivel global en el ámbito de la enseñanza, con todo el potencial de influencia y desarrollo de estrategias comunicativas basadas en el conocimiento, que esto conlleva.

La filosofía abierta, participativa e interactiva de los MOOC ha hecho que este tipo de cursos integren entre sus estrategias el uso de las redes sociales, por parte de alumnos e instructores. Los contenidos y avances de estos cursos se difunden rápidamente en las diferentes plataformas 2.0 que frecuentan la mayoría de los internautas. El uso de estas redes sociales contribuye a una mayor visibilidad de los MOOC y a una participación más activa por parte del usuario.

Otra de las principales estrategias que se siguen en los MOOC es la incorporación de elementos propios de la gamificación (gamification), que consiste en el uso de estrategias utilizadas en videojuegos para entretener, involucrar y resolver problemas. Algunos de los elementos más básicos que podemos encontrar en cualquier MOOC son las barras de progreso que aparecen en la interfaz y que permiten que el estudiante sea consciente en todo momento de sus avances en el curso y, por tanto, aumenta su motivación y fidelización por el mismo.

Existen numerosas plataformas creadas por instituciones académicas y empresas privadas para ofertar estos cursos masivos, sin embargo las más destacadas provienen del mundo universitario. Dentro de éstas las más importantes, por número de alumnos y por oferta de cursos, son: Coursera (Stanford), EdX (Universidad de Harvard y el MIT) y MiriadaX (constituida, principalmente, por universidades iberoamericanas).

A. La plataforma EdX

La plataforma EdX cuenta con una amplia oferta de MOOC desarrollados por los más prestigiosos centros universitarios e instituciones de todo el mundo. En febrero de 2014 la Universidad Carlos III de Madrid, la Universidad Autónoma de Madrid y la Universidad Politécnica de Valencia firmaron un convenio con la Universidad de Harvard y el MIT para entrar en el consorcio de EdX. Se trata de las tres únicas universidades españolas que, actualmente, forman parte del selecto grupo de universidades que constituyen esta plataforma que oferta más de 400 cursos en áreas como las Humanidades, las Matemáticas o la Informática.

A partir una convocatoria interna, la Universidad Carlos III de Madrid seleccionó cinco proyectos de MOOC para ser producidos e impartidos por el personal docente de la universidad durante el primer cuatrimestre de 2015. Tres de los MOOC seleccionados estaban relacionados con la Comunicación y el Arte (“Documental! Nuevas tendencias, nuevos formatos”; “Educación para una sociedad del conocimiento”) y “Descubriendo la pintura europea de 1400 a 1800”) y los otros dos versaban sobre Ingeniería e Informática (“Caer o No caer. El secreto de las estructuras” e “Introduction to Programming with Java”).

2. CONTEXTO

La mayor oferta de MOOC la podemos encontrar en aquellas áreas de conocimiento relacionadas con la ciencia, la tecnología o las ciencias aplicadas. Las enseñanzas relacionadas con la programación y el business management, son un ejemplo de éxito. Mientras que la oferta formativa relacionada con los medios de comunicación y la cultura popular ha sido claramente minoritaria o inexistente en este tipo de plataformas. El proyecto que aquí se presenta es innovador, en primer lugar, por su temática. En segundo lugar, el objetivo era que lo fuese también en la forma de presentar los contenidos. Se ha procurado que los vídeos formativos respondieran al consumo del internauta: vídeos de corta duración y en contextos informales que sacaran al profesor del despacho o aula. Evidentemente, estamos hablando de tentativas en un terreno en el que queda mucho por explorar y aprender. Se trata, pues, del primer MOOC sobre Documental, en español e inglés, diseñado por profesores de una universidad española para una plataforma internacional de enseñanza virtual. Los materiales del curso, incluido el material audiovisual, debían ser necesariamente originales. Imposible utilizar imágenes de documentales o fragmentos de los mismos. No se contemplaba presupuesto para el pago de derechos de autor. Esto ha constituido el principal reto en el diseño del curso.

En este proyecto, un equipo dirigido por Pilar Carrera, profesora titular en Periodismo y estudiosa del género documental, y tres docentes del departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual se ha encargado del diseño de contenidos, materiales y actividades del MOOC, que incluyen sistemas de evaluación y metodología del curso.

3. DESCRIPCIÓN

Este MOOC presenta las nuevas tendencias y formatos del documental audiovisual contemporáneo, prestando especial atención a las prácticas más innovadoras en un contexto interactivo, transmedia y multiplataforma.

El MOOC, de ocho semanas de duración, se divide en los siguientes módulos:

Módulo1: El documental está de moda

En este tema introductorio se presenta el estado actual de un género que en los últimos años se ha puesto de moda y que se proyecta en un territorio cada vez más amplio, mutando y adaptándose rápidamente a la cultura digital.

Módulo2: Flashback: Introducción a la historia del documental

Este módulo es una aproximación sintética a los principales hitos filmicos de la historia del documental y a los autores que están detrás de ellos.

Módulo3: Docuweb: Reinención del documental en Internet

Este tema analiza los nuevos formatos y narrativas que están surgiendo de la confluencia entre el documental e Internet. Webdocs, i-docs o documentales interactivos son géneros documentales nativos en desarrollo y en fase de experimentación.

Módulo4: Ciberactivismo y documental político en el ecosistema viral

Centrado en el documental como relato persuasivo y en las narrativas factuales con un componente “militante”. Se reflexiona sobre su eficacia de los mismos para mover a los ciudadanos a la acción y sobre los cambios que en términos de movilización y persuasión se están produciendo con Internet y las lógicas virales y participativas que gobiernan los social media.

Módulo5: F for Fake o falso documental a ritmo de social networking

En este módulo se aborda el género del “falso documental”, una ficción que utiliza los recursos narrativos, expresivos y formales del documental.

Módulo6: Documental de divulgación: naturaleza, cultura, historia, ciencia

En este módulo se presenta el documental de divulgación que es una de las modalidades documentales más populares. Se trata de un formato, esencialmente televisivo, que tiene una clara finalidad didáctica utilizando el entretenimiento como recurso imprescindible.

Módulo7: Documental de creación en tiempos de crowdfunding

En este módulo se aborda y problematiza el concepto de “documental de creación” y las nuevas estrategias de financiación como el crowdfunding.

Módulo8: BrandDocumental: nuevas estrategias publicitarias

Se analiza cómo empresas y grandes corporaciones utilizan de manera estratégica el documental en la actualidad para crear imagen de marca.

Durante todo el proceso relativo a las diferentes fases por las que ha pasado el presente MOOC, cada uno de los miembros del equipo docente ha adoptado diversos roles para desarrollar todo el proceso. Por un lado, la directora del curso y experta en la materia ha sido la responsable del diseño y la supervisión de los diferentes contenidos (redacción de los contenidos y guiones, supervisión de la edición de los vídeos, imagen gráfica, recursos formativos, tests, traducción al inglés, etc.), otra profesora ha sido la responsable de la grabación y labores de edición de los vídeos, otra de las docentes se ha responsabilizado de la producción (búsqueda de localizaciones, planes de rodaje y gestión de entrevistas para los vídeos formativos). Por último, todas han adoptado el rol de curator para vigilar la actividad de los foros e interactuar con los estudiantes en lo que se refiere a los contenidos de la plataforma.

A. Objetivos

Tras finalizar el curso el alumno debe ser capaz de:

- Adquirir una perspectiva global sobre el documental y su evolución.
- Familiarizarse con los principales temas de debate en torno al documental.
- Reconocer los distintos géneros y estilos documentales.
- Conocer las nuevas tendencias y formatos del documental
- Identificar las claves de la narrativa documental.

B. Metodología

Los ocho módulos que componen el programa están compuestos de tres partes: 1) Un vídeo introductorio, 2) Reportajes periodísticos / recursos multimedia e interactivos y 3) una entrevista con profesionales. Todos los materiales cuentan con subtítulos en inglés y castellano.

Vídeos introductorios

En cada uno de estos vídeos la profesora experta en la materia plantea los aspectos más importantes de cada uno de los temas. Estos vídeos introductorios tienen una duración aproximada de cinco minutos y se han rodado en distintos escenarios de Madrid: Matadero (exteriores) y Casa del Lector) Fundación Telefónica, Museo del Prado...Esta variedad de lugares ayuda a romper con la monotonía y formalidad de una clase magistral al uso, sin perder por ello calidad en los contenidos didácticos, y además dota de especificidad a los contenidos generados en un marco cultural específico.



Figura 1. Pantallazo del vídeo introductorio del tema 7.

Reportajes y recursos multimedia e interactivos

Para desarrollar algunos de los aspectos tratados en el video introductorio, cada módulo incluye un segundo apartado en el que, dependiendo del módulo, se han incluido reportajes periodísticos, slideshows, infografías, timelines o tablas periódicas interactivas adaptadas al contenido del MOOC. Por ejemplo, en el caso de la tabla periódica, ésta contenía las iniciales de directores de documentales representativos y una vez que el alumno pinchaba en las diversas casillas, se desplegaba la definición de documental formulada por cada uno de dichos autores.



Figura 2. Tabla periódica correspondiente al módulo 2.

Entrevistas

Cada módulo incluía al menos una entrevista con documentalistas y profesionales del ámbito documental y académicos de reconocido prestigio que, al mismo tiempo, han realizado documentales (en este caso catedráticos de Yale y Harvard). Las entrevistas han sido grabadas in situ por los miembros del equipo, a excepción de una de ellas que se realizó por videoconferencia.

Documentales

Cada módulo incluye un documental de visionado obligatorio, disponible en la propia plataforma o en abierto, y otro documental recomendado que no está disponible en la plataforma, pero que se recomienda al alumno ver por su cuenta como parte del proceso formativo y para obtener la máxima puntuación.

En todos los módulos se incluye una nutrida relación de recursos complementarios accesibles online a través de los que el alumno puede profundizar en las distintas temáticas y así fomentar el auto-aprendizaje. El tiempo semanal estimado de trabajo del alumno es de 4 a 6 horas.

C. Evaluación

La evaluación consta de varias partes. Por un lado, están las “actividades formativas”, se trata de cuestiones tipo test o de opción múltiple que acompañan al vídeo introductorio, a las entrevistas, a los reportajes y a los documentales. Estas actividades no puntúan en la evaluación final, sin embargo ayudan al alumno a saber si ha asimilado los conocimientos de esa parte concreta del módulo. Por otro lado, están los test generales que se basa esencialmente en la realización de un cuestionario (Verdadero/Falso y opción múltiple) de 10 preguntas y cuya resolución cuenta para la nota final.

Los documentales propuestos para su visionado son objeto de evaluación. Hay 8 test y cada uno vale el 10% de la nota final (por lo tanto el valor de los test es el 80% de la nota total). En la semana 8 se realiza una evaluación por pares que supone el 20% y que ayuda a promover la colaboración y la cooperación entre los estudiantes del MOOC. Para la superación del curso es necesario obtener el 60% de la nota final.

Una vez que el alumno se matricula en el curso tiene dos opciones: pedir un certificado de código de honor de los logros, que certifica que el estudiante ha completado con éxito un curso, pero no comprueba su identidad o bien, solicitar un certificado verificado, que muestra que se ha completado con éxito el curso y verifica la identidad del estudiante. Esta última modalidad de reconocimiento lleva asociado un coste para el alumno.

D. Interacción con los alumnos

Durante el transcurso del MOOC el equipo docente ha supervisado diariamente, y respondido si necesario, a los comentarios y dudas que los alumnos matriculados dejaban en el foro del curso. La mayor parte de los comentarios registrado tenían que ver con dudas sobre cuestiones de evaluación y

técnicas y con contenidos del curso. Muchos de los alumnos aprovechaban estos foros para abrir sus propios debates, relacionados con la temática de los distintos módulos, en los que buscaban interactuar con otros alumnos y a partir de los que también se generaba conocimiento.

El blog del que dispone la plataforma EdX se ha utilizado para publicar noticias de interés relacionadas con la temática del curso. En cuanto a las redes sociales, en Twitter se ha utilizado el hashtag #docEdX para aglutinar todos los tuits relacionados con los contenidos del mismo.

Además, dentro de la propia plataforma los instructores del curso tienen la posibilidad de utilizar el correo electrónico a través del que se han enviado mails masivos semanales para anunciar el comienzo de cada módulo, así como el inicio y final del curso.

4. RESULTADOS

El total de estudiantes matriculados en el MOOC hasta el día de su finalización, el 3 de mayo de 2015, ha sido de 7.183 (figura 3). La inscripción se abrió en junio de 2014. El día que comenzó el MOOC, 17 de febrero, el número de estudiantes inscritos era de 6.490, de manera que con el curso ya comenzado el número de matrículas se incrementó en 716, incremento alentado posiblemente por la actividad viral y las recomendaciones de los propios alumnos a través de redes sociales.



Figura 3. Número total de inscritos. / Fuente: elaboración propia.

En cuanto al perfil sociodemográfico de los alumnos del MOOC, se han tenido en cuenta las variables: edad, ubicación geográfica, género y nivel de estudios. En cuanto a indicador de la edad de los estudiantes, la media está en los 31 años, una media ligeramente mayor a la de los participantes de otros cursos de la plataforma EdX que es de 28 años (HarvardX, 2015). Un 26% de los alumnos matriculados tienen 25 años o menos, un 47,3% tienen entre 26 y 40 años y un 21,4% tienen 41 años o más (figura 4).



Figura 4. Edad de los alumnos matriculados. / Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la distribución geográfica, los estudiantes proceden de 156 países. El país con mayor número de inscripciones es EE.UU con un 15%, seguido de España con un 14% y de Brasil y México con un 5% de alumnos. En el resto de cursos ofertados por EdX un tercio de las inscripciones también provienen de Estados Unidos, sin embargo el porcentaje de españoles que se han inscrito en el MOOC de documental supera significativamente al 2% de españoles que se han inscrito a otros cursos ofertados en inglés por la plataforma (HarvardX, 2015). La participación en el MOOC de una universidad española ha captado el interés de los estudiantes nacionales y la naturaleza bilingüe del curso ha mantenido a los estudiantes extranjeros.



Figura 5. Países de procedencia. / Fuente: elaboración propia.

En cuanto al perfil educativo de los matriculados en el curso (figura 6), se puede observar que un 81% de los alumnos tiene estudios superiores de grado o de postgrado (máster o doctorado), estas cifras indican que el nivel de estudios de los alumnos que se han matriculado en el MOOC de Documental es significativamente superior al de la media de alumnos que han participado en otros MOOC de EdX y que en el caso de alumnos con estudios superiores alcanza el 61% (HarvardX, 2015).



Figura 6. Nivel de estudios. / Fuente: elaboración propia.

En relación al género de los estudiantes matriculados no existen diferencias significativas. El 51% son hombres y el 48,4% son mujeres. En cuanto a las estadísticas generales que hay en la plataforma EdX sobre el género, si se observa una ligera diferencia entre hombres y mujeres, ya que el porcentaje de varones registrados es sensiblemente superior al de las mujeres.

De los 7.183 estudiantes matriculados 315 han superado el curso y 67 de ellos han solicitado el certificado de pago. La tasa de finalización del curso ronda el 5%. Este porcentaje de éxito en la culminación del curso es semejante al que indica el estudio publicado por Harvardx y MITx que lo sitúa para el resto de cursos en EdX entre el 5% y el 9% (Ho et al., 2014). Sin embargo, la tasa de abandono, como en la mayor parte de cursos masivos, es muy alta (Cabero, 2015) en el caso del presente proyecto ronda el 95%. El hecho de que tras la finalización del curso siga aumentando el número de alumnos registrados indica que el modo “consulta”, en el que los usuarios consumen de forma no reglada o pautada los contenidos que les interesan, opera en paralelo con el consumo pautado de paquetes de contenido. Este tipo de patterns de consumo se corresponde probablemente más con la naturaleza del consumo de contenidos en red, esporádica, errática, selectiva e hipertextual, que una configuración lineal clásica en la que los ritmos de consumo son establecidos por el emisor. La investigación de este tipo de patterns de consumo nos interesa especialmente.

En cuanto a la participación activa y continuada de los alumnos en cada uno de los módulos, ver vídeos y realizar actividades, se puede observar (figura 7) que la mayor actividad se produce en el módulo I con el inicio del curso (1.561), luego esta actividad desciende de forma progresiva hasta llegar al último módulo donde se ve un repunte. En cuanto a la entrega de ejercicios, por parte del alumno, se ha mantenido continua a lo largo del transcurso del MOOC, sin embargo se observa que, en general, solo la mitad de los alumnos activos realizan las actividades de evaluación.

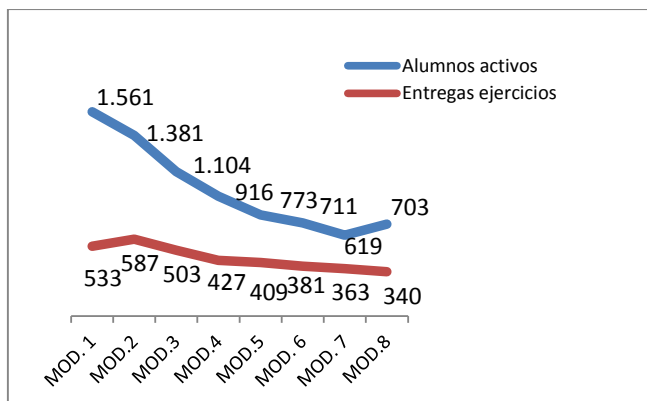


Figura 7. Rendimiento alumnos. /Fuente: elaboración propia.

Respecto a la evaluación en los ocho módulos el porcentaje de respuestas correctas de los test supera siempre el 70%. El módulo 8 (BrandDocumental: nuevas estrategias publicitarias) es el de mayor número de respuestas correctas con un 88,5% y el módulo 2 (Flashback: Introducción a la historia del documental) es el que presenta un menor número de aciertos, con un 73,8%.

El 28 de abril, una semana antes de que se cerrara el curso, se habilitó una encuesta de evaluación para conocer la opinión de los alumnos en el MOOC, esta encuesta ha tenido una participación baja solo han respondido a ella el 25% de los alumnos que han superado el curso. Las valoraciones de los vídeos y los recursos han sido muy positivas, situándose en un 4,5 dentro de una escala de 0 a 5. Las herramientas de comunicación utilizadas con los alumnos (correos, foros y blogs) han obtenido también 4 puntos de valoración. Para la mayoría de los encuestados el curso cumplió con sus expectativas (un 85 % indicó 4 o 5 en esta pregunta). Además, aquellos que señalaron en las encuestas que este no era su primer MOOC, en relación a los otros que habían hecho, su valoración fue de 4,09. El 95 % de los encuestados dijo que haría, con el mismo profesorado, un curso más avanzado sobre el asunto y el 96,3 % se mostró dispuesto a recomendarlo a amigos, familiares, etc.

5. CONCLUSIONES

A partir de la discusión de resultados podemos concluir que el MOOC en Documental, Nuevas tendencias y Nuevos formatos ofertado en la plataforma EdX ha servido para:

- Mejorar las competencias digitales de los profesores a la hora de diseñar y poner en marcha el MOOC.
- Llegar a más de 7.000 alumnos de todo el mundo al ofrecer el MOOC en dos idiomas 8 (español/inglés).
- La tasa de finalización del MOOC ha sido de un 5%, se trata de una tasa baja, en línea con la de la mayoría de los MOOC (la tasa media de abandono es del 95%).
- Los alumnos han estado más activos durante el inicio del curso, a medida que transcurren las semanas el rendimiento por parte de los alumnos decrece.

El diseño y la participación de un MOOC suponen un importante reto docente. Además, implica una importante

carga de trabajo añadido a la labor habitual del profesor universitario. Sin embargo, es un proceso especialmente rico en enseñanzas y un reto intelectual para el profesorado universitario. El feedback obtenido por parte de los alumnos y el análisis de los datos de su actividad son muy interesantes para implementar estrategias digitales de comunicación efectiva. La diversidad de características sociodemográficas sirve también para indagar en algo de enorme interés: qué tipo de contenidos y formatos funcionan mejor en un contexto educativo transnacional, en el que convergen culturas muy diversas.

A la hora de plantear un MOOC la planificación es clave. La creación de contenidos debe ser metódicamente pautada, realizada con la antelación suficiente. El equipo docente del MOOC debe estar formado por no menos tres profesores y, aunque se trata de un trabajo colaborativo, es importante repartir tareas en función de los roles que vaya a desempeñar cada uno dentro del curso. Todos los miembros del equipo deben estar comprometidos al máximo en las actividades de creación de contenidos e interacción con el alumnado, empezando por el director del mismo. En cuanto a los MOOC que usen materiales de terceros es clave gestionar adecuadamente los derechos de autor y las licencias de uso de dichos materiales antes de iniciar el curso para evitar problemas una vez iniciado.

El contenido creado para el MOOC *Documental!* puede utilizarse en la docencia presencial u online en asignaturas de grado y postgrado relacionadas con el área de Periodismo y Comunicación. Además este MOOC en concreto se va a reeditar en el *Summer Learning Program* de EdX (julio 2015) y se reconvertirá en Open Mooc ulteriormente.

REFERENCIAS

- Cabero Almenara, J. (2015). Visiones educativas sobre los MOOC. RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 18 (2), 39-60. doi: <http://dx.doi.org/10.5944/ried.18.2.13718>
- Fundación Telefónica. (2015). Los Mooc en la educación del futuro: la digitalización de la formación. España: Ariel/ Fundación Telefónica.
- HarvardX. (2015). HarvardX Insights. Rochester, NY: Social Science
- Ho, A. D., Reich, J., Nesterko, S. O., Seaton, D. T., Mullaney, T., Waldo, J., & Chuang, I. (2014). HarvardX and MITx: The First Year of Open Online Courses. SSRN Scholarly Paper. Rochester, NY: Social Science Research Network.
- Meneses, E. L., Cano, E. V., & Grván, P. R. (2015). Análisis e implicaciones del impacto del movimiento MOOC en la comunidad científica: JCR y Scopus (2010-13). Revista Comunicar, 22(44), 73-80. <http://doi.org/10.3916/C44-2015-08>
- MIT,(2001). MIT to make nearly all course materials available free on the World Wide Web. Recuperado 24 de abril de 2015, a partir de <http://newsoffice.mit.edu/2001/ocw>