



Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía, Letras y

Ciencias de la Educación

Escuela de Comunicación Social y Publicidad

**“Efecto educomunicacional del curso MOOC Diseño en Ecuador- Haremos
Historia y su contribución al posicionamiento de la Universidad del Azuay”**

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de
Licenciada en Comunicación Social**

Autora: Viviana Estefanía Ochoa Ruilova

Director: Mst. Juan Carlos Lazo Galán

Cuenca, Ecuador

2015

Agradecimientos

Agradezco a mi director de tesis, el Diseñador Juan Carlos Lazo, por su tiempo y calidad de persona, demostrando siempre su vocación en el área del Diseño y en la implementación de nuevas formas de educación para futuras generaciones.

Un agradecimiento a la Universidad del Azuay, especialmente al Departamento de Comunicación, por forjarme profesionalmente y abrirme sus puertas para aportar con mis conocimientos.

Finalmente agradezco a Dios y mi familia quienes me acompañan en cada paso de mi vida.

Tabla de contenido

Capítulo 1:Marco Teórico	11
1.1 Educomunicación	11
1.1.2 Educomunicación en Latinoamérica.....	12
1.2 Educación virtual	14
1.3 MOOC	16
1.3.1 cMOOC: conectivista- colaborativo	17
1.4 Aporte de los MOOCs en la imagen universitaria.....	19
Capítulo 2: cMOOC Diseño en Ecuador- Haremos Historia.....	23
2.1 Presentación del caso.....	23
2.2 Plataforma del curso cMOOC	24
2.2.1 Canvas Instructure	25
2.3 El curso cMOOC Diseño en Ecuador- Haremos Historia.....	25
2.3.1 Promoción del curso	26
2.3.2 Equipo docente	27
2.3.3 Certificación de la Universidad del Azuay en el curso cMOOC Diseño en Ecuador	27
2.4 Estructura del curso cMOOC	28
2.4.1 Módulos del curso por semana	30
2.5 Matriz de evaluación del curso cMOOC Diseño en Ecuador	34
2.5.1 Aspectos a evaluar.....	35
Capítulo 3: Exposición de los resultados del curso.....	41
3.1 Resultados del curso cMOOC Diseño en Ecuador.....	41
3.2 Resultados de los materiales de apoyo del cMOOC	52
3.2.1 Blog Diseño en Ecuador: Haremos Historia	52
3.2.2 En la página de YouTube.....	53
3.2.3. Facebook Diseño en Ecuador: Haremos Historia.....	54
3.2.4 Aspectos relevantes del curso:	55
3.3 Resultados de la matriz de evaluación del curso cMOOC.....	56
Capítulo 4:Educomunicación y conectivismo en el cMOOC de la UDA.....	69
4.1 Matriz: Educomunicación y conectivismo	70
4.1.1 Análisis de la matriz	73
4.2 cMOOC como educación virtual y aporte en el conocimiento de los participantes	77
4.2.1 ¿El curso te ha servido para?	77

4.3 Haremos Historia: una contribución al posicionamiento de la Universidad del Azuay	80
4.3.1 Impacto en medios de comunicación del curso cMOOC Diseño en Ecuador: Haremos Historia	82
4.3.2 Free-press en medios escritos	88
4.3.3 Invitación a evento: CROMIA	88
4.4 Contribución del curso al posicionamiento de la Universidad	89
4.5 Futuro de los MOOCS en Ecuador	91
Capítulo 5: Conclusiones	93
5.1 Recomendaciones	94
Capítulo 6: Bibliografía.....	96

Índice de Tablas

Tabla No.1.....	39
Tabla No.2.....	41
Tabla No.3.....	42
Tabla No.4.....	43
Tabla No.5.....	44
Tabla No.6.....	44
Tabla No.7.....	45
Tabla No.8.....	53
Tabla No.9.....	55
Tabla No.10.....	61
Tabla No.11.....	63
Tabla No.12.....	64
Tabla No.13.....	65
Tabla No.14.....	72
Tabla No.15.....	81
Tabla No.16.....	81
Tabla No.17.....	88

Índice de Gráficos

Gráfico No.1.....	29
Gráfico No.2.....	42
Gráfico No.3.....	43
Gráfico No.4.....	44
Gráfico No.5.....	45
Gráfico No.6.....	46
Gráfico No.7.....	47
Gráfico No.8.....	48
Gráfico No.9.....	49
Gráfico No.10.....	50
Gráfico No.11.....	51
Gráfico No.12.....	52
Gráfico No.13.....	67
Gráfico No.14.....	78
Gráfico No.15.....	90

Índice de Imágenes

Imagen No.1.....	28
Imagen No.2.....	30
Imagen No.3.....	31
Imagen No.4.....	32
Imagen No.5.....	33
Imagen No.6.....	34
Imagen No.7.....	53
Imagen No.8.....	73
Imagen No.9.....	74
Imagen No.10.....	75
Imagen No.11.....	82
Imagen No.12.....	83
Imagen No.13.....	84
Imagen No.14.....	85
Imagen No.15.....	85
Imagen No.16.....	86
Imagen No.17.....	86
Imagen No.18.....	87
Imagen No.19.....	87
Imagen No.20.....	91

Resumen

El presente trabajo de investigación pretende analizar el curso MOOC (por su siglas en inglés) lanzado por la Universidad del Azuay desde un enfoque educacional, que permita reconocer si los recursos tecnológicos y su utilidad fueron los adecuados para lograr que el curso tenga éxito. Además, busca determinar en qué términos este curso contribuyó al posicionamiento de la Universidad del Azuay y el impacto del mismo en medios de comunicación.

Esta investigación se desarrollará a partir de una revisión teórica, sistemática, de observación, creación de matrices y la aplicación de encuestas y entrevistas; todo lo cual permite contrastar el curso MOOC que se realizó en la Universidad del Azuay, con otros del mismo tipo.

En las siguientes páginas se recoge el fruto de la investigación sobre un tema novedoso y de actualidad con la intención de servir de referente a futuros estudios dentro del campo de la educación, educación virtual y los cursos MOOC.

Palabras clave: educación, comunicación, educación, conectivismo, MOOC, cMOOC, educación virtual

ABSTRACT

This research paper analyzes the MOOC course (Massive Open Online *Course*) which was released by *Universidad de Azuay* from an educational and communicative approach, so as to recognize whether technological resources and their usefulness were adequate to ensure the course success. Furthermore, it seeks to determine in what terms this course contributed to the positioning of *Universidad del Azuay* and its impact on media

This research will be developed from a theoretical and systematic review, an observation analysis, the creation of matrices, and the application of surveys and interviews so as to contrast the MOOCs courses held at *Universidad del Azuay* with others of the same kind.

The following pages present the results of the research carried out on a novel and current subject, with the objective to serve as a reference for future studies in the field of education-communication, virtual education and MOOC training.

Keywords: Education, Communication, Educommunication, Connectivity, MOOC, cMOOC, Virtual Education.




Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

Introducción

Esta tesis abordará las áreas de educación y comunicación desde la perspectiva del surgimiento de las nuevas TICS (tecnologías de información y comunicación) que han contribuido en el progreso de la educación en los últimos años.

“El proceso educativo es un proceso de comunicación, de la eficacia de esta última dependen los resultados del primero” (Jimenez Vargas & García Aquino, 2012).

McLuhan años atrás hablaba sobre una “aldea global” (McLuhan & Powers, 1996), refiriéndose a la comunicación inmediata que se logra mediante los medios masivos como prensa, radio y televisión, que nos permiten mantenernos informados. Ahora con los medios digitales, además de informados, estamos interconectados¹ mediante el internet.

Este trabajo de investigación busca analizar un curso en línea lanzado por la Universidad del Azuay y lograr reconocer los efectos educomunicacionales y su aporte al posicionamiento de la imagen universitaria frente a los participantes.

Primeramente se abordarán conceptos de educomunicación citados por autores como Martín-Barbero, 2001; De Oliveira, 2000; Valderrama, 2000; Huergo, 2000, entre otros, quienes argumentan la necesidad de estudiar ambos procesos (educación y comunicación) de manera conjunta. John Dewey, por su parte, reconoce esta relación de educación-comunicación como una manera de “enseñar y aprender” (Dewey, 1916), sea mediante una comunicación presencial o a distancia, pero que eduque y aporte al progreso de una sociedad.

En el segundo capítulo se presenta el curso cMOOC lanzado por la Universidad del Azuay “*Diseño en Ecuador- Haremos Historia*”, su metodología, desarrollo y una matriz desarrollada bajo la revisión teórica de “SCOPEO INFORME No2” en el que participan varios autores de la Universidad de Salamanca y recopilan información sobre

¹ Conexión física y lógica entre dos o más redes de telecomunicaciones. Su objetivo es facilitar que los usuarios de cualquier operador se puedan comunicar con los usuarios de los demás operadores, y dar acceso a los servicios ofrecidos por las distintas redes. (Wikitel)

las últimas tendencias en la formación e-learning, en este caso, los MOOCs (SCOPEO, 2013).

El tercer capítulo presenta una encuesta realizada a 106 participantes que finalizaron el curso MOOC, así como resultados de las herramientas de apoyo utilizadas para el desarrollo del curso como la plataforma, página web y redes sociales. Para obtener los resultados de esta investigación se realizó una observación continua del curso y entrevistas con el creador del curso MOOC, el Diseñador Juan Carlos Lazo.

En el último capítulo se logra responder a los objetivos principales de esta investigación, y se evalúa si el mencionado curso ha tenido un efecto educacional a través de una matriz final que resume los efectos hallados. Además mediante la presentación de las notas y noticias que se crearon sobre el curso en medios nacionales e internacionales, se responde al posicionamiento de la imagen de la Universidad del Azuay, como anfitriona y promotora de este curso.

Capítulo 1:Marco Teórico

Para dar inicio al primer capítulo, comenzaré realizando una breve reseña sobre el origen y desarrollo de la educomunicación, enfocado principalmente en Latinoamérica y con el apoyo intelectual y teórico de autores como Mario Kaplún, Daniel Prieto Castillo, entre otros; como principales gestores del estudio de esta rama, para así comprender cómo la introducción de la educomunicación en la actualidad ha progresado gracias al desarrollo tecnológico y su aporte en la educación. Posteriormente, se tocará en breve la educación virtual como una nueva metodología de aprendizaje, que permite una educación eficaz y eficiente. Para así dentro de estos conceptos introducir los cursos MOOC (cursos online masivos abiertos) y la presentación de uno de estos cursos dirigido por un docente de la Universidad del Azuay.

1.1 Educomunicación

(Mata, 2010) en (Jimenez Vargas & García Aquino, 2012, p. 2) define la educomunicación como una educación CON, PARA y EN la comunicación:

“Educación **con** la comunicación que consiste en “educarse aprendiendo a leer de forma crítica los mensajes que nos transmiten los medios de comunicación. Usando los medios para su análisis” (Mata, p. 2)

“Educación **para** la comunicación, porque el objetivo es establecer una relación EMIREC (emisor-receptor) para alcanzar un aprendizaje colaborativo y la comunicación efectiva, entendida como la interacción entre todas las partes del proceso comunicativo que conlleva a una retroalimentación constante (Mata, p. 2)

Educación **en** la comunicación, que son los aspecto de la Tecnología Educativa y el uso de los medios de comunicación en el proceso de enseñanza- aprendizaje, definición que también forma parte de esta investigación (Mata, p. 2)

En sus inicios la educomunicación nace en países anglosajones bajo la denominación de *Media Literacy*, término reconocido a nivel mundial y por la UNESCO como la “formación de individuos mediáticamente alfabetizados a través de la educación en medios (Castro, El paradigma latinoamericano de la Educomunicacion, 2012, p. 19).

Los primeros estudios realizados sobre educomunicación se dieron en los últimos 20 años del siglo XX, en donde gracias a la aparición de diferentes medios masivos como la radio y televisión, fueron utilizados con fines educativos durante la Segunda Guerra Mundial para “adiestrar en el menor tiempo posible” (Aparici, 2002, p. 2).

La Escuela de Frankfurt fue una de las primeras instituciones educativas en utilizar los medios como un aporte a la educación y como pilar de una perspectiva reflexiva. Durante los años 60 y 70 en Estados Unidos se ve un crecimiento de esta nueva disciplina que enlaza comunicadores y educadores, para comprender esta unión desde una perspectiva que las relaciona y puede beneficiar a la sociedad. Canadá fue otro de los países que priorizó la introducción del estudio en los medios de la escuela y en la formación especializada de los docentes, sin embargo esta perspectiva se desarrolló de manera muy diferente a la referencia nominal de Educación-Comunicación en América Latina (Aparici, 2002, p. 2).

1.1.2 Educomunicación en Latinoamérica

En Latinoamérica el efecto de comunicación y educación fue relacionada de diferentes maneras dentro de la sociedad en masas, como factor de desarrollo y posmodernidad, denominada como: educación en medios, educación de medios, alfabetización audiovisual, alfabetización mediática, comunicación educativa y por supuesto educomunicación (Castro, 2012, p. 119).

Esta variación semántica ha causado confusiones al momento de realizar aportaciones latinoamericanas de educomunicación al mundo, es por ello que muchas obras no han sido reconocidas o traducidas, aún así diferentes autores latinoamericanos han podido estudiarla con mayor profundidad y unir esfuerzos para desarrollar el tema.

En Latinoamérica el término de Educomunicación fue acuñada por Mario Kaplún en su obra Pedagogía de la Comunicación, referido para asignar actividades educativas en pro de una lectura crítica de la cultura y los medios, fomentando el aprendizaje colaborativo. (Castro, 2012, p. 119)

Junto a Mario Kaplún, encontramos otras figuras como Jesús Martín Barbero y Daniel Prieto Castillo, quienes desde los años 70 (Aparici, 2002, p. 3), crearon un movimiento educomunicativo en Latinoamérica, basándose no solo en teorías comunicativas o educativas, sino también en derechos humanos y políticos (Castro, 2012, p. 119).

Mario Kaplún, en la Revista Latinoamericana de Comunicación “Chasqui” publicada en 1997, analiza la educomunicación como “una necesidad impostergable para formar ciudadanos críticos y creativos frente a la oferta mediática” (Kaplún, p. 1).

De la misma forma, Prieto trabajó en diferentes investigaciones relacionados al tema en conjunto con otros colegas, incluyendo a Kaplún, con quienes desarrollaron conceptos de educomunicación, viéndola como:

Una forma de acompañamiento a procesos sociales que tome en cuenta no lo que inducimos a hacer a través de la comunicación, sino lo que logramos en aprendizajes en las relaciones presenciales o bien mediante las posibilidades ofrecidas por los medios tradicionales y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (Prieto, Comunicación educativa en el contexto latinoamericano, pp. 329-345)

Prieto cita en su artículo de “Comunicación educativa en el contexto latinoamericano”, algunas experiencias en distintas instituciones que han participado en esfuerzos de comunicación educativa como: CIESPAL (Ecuador 1987), RNTC (Costa Rica 1988), Servicio Conjunto de Comunicación (Ecuador 1995), entre otras; que reunieron a personas del ámbito universitario creando un rico intercambio y reuniones sobre el tema de educomunicación (Prieto, p. 329), siendo el objetivo:

Generar un espacio de reflexión sobre el papel de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías en la educación y en los procesos comunitarios para posesionar los derechos ciudadanos y públicos de la comunicación en la sociedad de la información y así fortalecer el movimiento de medios locales, públicos y educativos como expresión de participación ciudadana en la construcción del tejido social. (Prieto, 2005, p. 23)

Eloína Castro Lara, licenciada en Comunicación de la Universidad Autónoma de Puebla y con un doctorado en Comunicación Social, reconoce que históricamente la educomunicación se desarrolla bajo contribuciones multidisciplinarias, a través de las relaciones entre: a) instituciones educativas y horizontes culturales; b) educación y medios de comunicación; c) educación y nuevas tecnologías” (Valderrama, 2000) en (Castro, 2012, p. 120).

A pesar de que la educomunicación no se basa tan solo en la utilización de las tecnologías de educación y comunicación en el proceso educativo, éstas cumplen una función importante como canales y herramientas que ayudan en el proceso de retroalimentación, participación e interacción (Bustamante, 2007) en (Castro, p. 121) para lograr una educación a distancia, en la cual, mediante el uso de la Internet, se puedan crear diferentes cursos y aulas virtuales para cumplir esta función básica de la educomunicación: **educar** mediante medios de **comunicación**.

Desde esta perspectiva empezaremos a analizar el desarrollo de la educación virtual, la cual se ha ido desarrollando con la incorporación de las TICs en las prácticas educativas mediante la web (De la Torre, 2006, p. 1), lo cual propone un desafío y compromiso a las instituciones educativas para generar estrategias de desarrollo que permitan aprovechar las potencialidades de la tecnología dentro de las mismas (Rodríguez & González, 2013, p. 363).

1.2 Educación virtual

Conforme con el desarrollo tecnológico, los ambientes educativos han sido objeto de transformación, lo que revela los procesos de índole comunicacional como fundamentos primordiales de la educación (Pérez & Florido, 2011, p. 1). El internet, como recurso educativo, permite la posibilidad de transmitir conocimientos, imágenes, textos y sonidos, a una multitud de usuarios simultáneamente y a un costo mínimo, lo cual está revolucionando la enseñanza tradicional (Candia, 2000, p. 1).

De esto emerge la educación virtual, una forma de enseñanza basada en las nuevas tecnologías de la información y comunicación (fundamentalmente internet), capaz de educar a distancia mediante: plataformas, blogs, páginas web, entre otros; que brindan la flexibilidad de poder estudiar a un ritmo propio y permiten incluir dentro del mercado educativo, a alumnos que no han podido formar parte de un sistema educativo tradicional (Candia, p. 2).

Hoy las instituciones educativas se han visto en la necesidad de incorporar recursos tecnológicos al ámbito educativo para potenciar el proceso de educación y crear nuevas propuestas con fines de desarrollo profesional y de formación permanente por medio de la web (Pérez & Florido, 2011, p. 1), bajo la creación de aulas virtuales, cursos en línea e inclusive universidades a distancia.

Los recursos tecnológicos posibilitan mediante la metodología adecuada suplir, e incluso superar, la educación presencial, con una utilización de los medios de comunicación au-

diovisual e informáticos integrados dentro de una acción multimedia que posibilita, no sólo la comunicación vertical profesor-estudiante, **sino la horizontal entre los propios participantes en los procesos de formación.** (García, Historia de la Educación a Distancia, p. 5).

Salvat, Bautista y Borges en su libro “Evolución y retos de la educación virtual”, concuerdan con García en cuanto a que la formación virtual debe estar centrada sobre todo en los estudiantes para crear un aprendizaje más independiente, pero a la vez **colaborativo y efectivo** (Salvat, Bautista, & Borges, 2011). De la eficiencia del aprendizaje virtual aparece el término e-learning (término inglés), que se refiere de igual forma a la educación bajo la utilización del internet, en donde la interacción y comunicación son parte fundamental de este modelo (Salvat, Bautista, & Borges, p. 14).

Bernard Luskin, uno de los pioneros del *e-learning*, argumenta que la “e” debe ser entendida como resultado de un aprendizaje “efectivo”, así como excitante, energético, entusiasta, emocional, excelente (Luskin, 2010), y por supuesto educacional dentro de los aparatos electrónicos (Alam Khan, 2011, p. 4711). Por otro lado la Dirección General de Telecomunicaciones en 1996 propone otro vocablo para referirse al e-learning, llamándolo “tele-educación” y lo cataloga como:

El desarrollo del proceso de formación a distancia (reglada o no reglada), que basado en el uso de la tecnologías de la información y las telemáticas posibilita el desarrollo de aprendizajes interactivos, flexibles y accesibles a cualquier posible receptor. (Baelo Álvarez, 2009, pp. 87,88)

Aún así la oferta formativa de *e-learning*, se encuentra distante de países latinoamericanos a comparación de países punteros como EE.UU y Europa (Baelo Álvarez, pp. 93,94), quienes han sido los creadores y promotores de la educación en línea, haciendo uso de los recursos tecnológicos; los cuales a su vez se han adaptado en otros países.

En la *Revista Universidad y Sociedad del Conocimiento*, de la Universidad de Cataluña; aparece un artículo sobre las aportaciones del *e-learning*, desde un estudio de buenas prácticas en las universidades andaluzas, que afirma:

“los esfuerzos que las universidades están realizando estos últimos años en lo que respecta a la incorporación de las TIC en los

ámbitos de la gestión, la investigación y la docencias, son cada vez de mayor envergadura” (Cabrero, Llorente, & Morales, 2013, p. 4)

Esto crea cierta competitividad entre universidades por mantenerse en la vanguardia tecnológica educativa. Baélo Álvarez (2009) sugiere que las universidades necesitan apuntar hacia una vista puesta en el horizonte, tanto en técnicas como estrategias educativas, para así poderlas ir adaptando poco a poco:

Parece evidente la necesidad que tienen las instituciones educativas de educación superior de adaptarse de forma inmediata a un mercado cada vez más competitivo y en el que no pueden permitirse el lujo de quedarse excluidas. (2009, p. 93)

Para ello es necesario una readaptación de las formas tradicionales de educación hacia las nuevas demandas tecnológicas, y con ello lograr una mayor interacción y colaboración en la generación y construcción del conocimiento. Uno de los cursos del momento, que está revolucionando la educación virtual son los **MOOCs**, los cuales serán definidos en el siguiente epígrafe.

1.3 MOOC

Hablar de los MOOC (Massive online Open Courses) o COMA (Cursos Online Masivos y Abiertos), no se trata simplemente de una definición o traducción lingüística, se trata de su contenido (Raposo, p. 1), y de sus características que, según el Informe de SCOPEO- Observatorio de la Formación en Red, son cuatro:

“**Ser un curso**”, contar con una estructura orientada al aprendizaje, con una serie de evaluaciones para acreditar el conocimiento adquirido. “**Tener carácter masivo**”, tiene una cantidad superior a la de un curso presencial y su alcance es global. “**En línea**”, es a distancia, bajo el uso de internet como medio de comunicación principal. “**Abierto**”, los materiales son accesibles de forma gratuita (SCOPEO, 2013, p. 18).

Los MOOC se han venido desarrollando desde inicios del siglo XXI con el avance de las diferentes tecnologías y su adaptación en la educación (López Zamorano). El término en sí fue acuñado en el 2008 por Dave Cornier, web manager de comunicación e innovación de la Universidad de Prince Edward Island; el investigador Bryan Alexander, del instituto Nacional de Tecnología en Educación Liberal y Stephen Downes, investigador del Consulado Nacional de Investigaciones (Canvas,

Canvas, 2013). Este equipo representa la colaboración en el área académica y en medios sociales digitales, que lideran las exploraciones e investigaciones que posibilitan los cursos MOOC (McAuley, Stewart, Siemens, & Cormier, 2010)

Sin embargo no fue hasta el 2011 que estos cursos se popularizaron, cuando la Universidad de Stanford presenta al mundo un curso de “Inteligencia Artificial” que atrae alrededor de 160.000 estudiantes (Torres Carrión, 2013, p. 2); lo que por primera vez fue noticia y sorprendió a los académicos a nivel mundial, creando una iniciativa de aprendizaje en las instituciones. (Toro & Robles, 2013, p. 5)

El 2012 fue considerado por el periódico *The New York Times* el “año de los MOOC” (New York Times, 2012) quienes aseguran que “estos cursos se multiplican a paso rápido y su cantidad de usuarios crecen más rápido que Facebook” (Pappano, 2012). Durante este año varias plataformas (especialmente en Estados Unidos) se consolidaron bajo la firma de grandes universidades elitistas, que se unen a este movimiento para ofrecer cursos como *edX*, *Coursera*, (que incluyen universidades como Harvard, Yale, Berkeley, Brown por mencionar algunas), *Canvas*, *Academy*, *Udacity* o la plataforma española *MiriadaX* (Méndez, 2013).

MiriadaX ahora cuenta con 57 cursos producidos por 19 universidades. Es un proyecto que nace de Universia, la mayor red de universidades de habla hispana y portuguesa... Es la iniciativa más relevante en el ámbito Iberoamericano. (SCOPEO, 2013, p. 13)

1.3.1 cMOOC: conectivista- colaborativo

Con el desarrollo de estos cursos ha surgido la reflexión de diferenciarlos según distintas bases metodológicas que afectan a su diseño y funcionamiento entre: cMOOC y xMOOC (López Zamorano, p. 5).

Los **xMOOC** mantienen la metodología de cursos universitarios tradicionales “parecen reproducir la pedagogía de la tecnología del aula” (SCOPEO, 2013, p. 20) y son los que la mayoría de universidades han utilizado por tener una estructura parecida al de una aula tradicional, en la que el profesor propone temas y los estudiantes participan.

Por otro lado los **cMOOC**, se basan en varios principios que derivan de la pedagogía conectivista (SCOPEO, 2013, p. 21), estos principios consideran: la agregación de contenidos producidos en diferentes lugares en línea, el remezclar materiales

del curso con los de los participantes, reestructurarlos para adaptarlos a cada participante y finalmente la retroalimentación para el intercambio de ideas (Huamán , Seclén, & Flores, 2013, p. 3).

Estos principios son reforzados bajo la teoría del conectivismo de George Siemens (2004), en la “Teoría de aprendizajes para la era digital”, con los siguientes principios:

- El aprendizaje y el conocimiento dependen de la diversidad de opiniones.
- El aprendizaje es un proceso de conectar nodos o fuentes de información especializados.
- El aprendizaje puede residir en dispositivos no humanos.
- La capacidad de saber más es más crítica que aquello que se sabe en un momento dado.
- La alimentación y mantenimiento de las conexiones es necesaria para facilitar el aprendizaje continuo.
- La habilidad de ver conexiones entre áreas, ideas y conceptos es una habilidad clave.
- La actualización (conocimiento preciso y actual) es la intención de todas las actividades conectivistas de aprendizaje.
- La toma de decisiones es un proceso de aprendizaje. El acto de escoger qué aprender y el significado de la información que se recibe, es visto a través del lente de una realidad cambiante. Una decisión correcta hoy, puede estar equivocada mañana debido a alteraciones en el entorno informativo que afecta la decisión.

Siemens de la misma manera expone en el artículo/libro “Valoración de los procesos de aprendizaje abierto en línea a través de los cursos MOOC y su aporte a la economía del conocimiento” al conectivismo “como la integración de principios explorados por la teoría de caos, redes de complejidad y auto organización” (Torres Carrión, 2013, p. 3); refiriéndose a que el punto de partida del conectivismo es el individuo (estudiante) quién toma la iniciativa y es responsable de desarrollar sus propias herramientas de aprendizaje mediante una red, la cual alimenta a organizaciones y a su vez éstas retroalimentan a las redes, las cuales promueven un nuevo aprendizaje para los individuos (Huamán , Seclén, & Flores, 2013, p. 4).

El aprendizaje conectivista se fundamenta en el aprendizaje **colaborativo** que también fundamenta los MOOC, el cual se basa en concebir a la educación como

proceso de socio construcción, (Huamán , Seclén, & Flores, 2013, p. 4) que permite la interacción entre los participantes para conocer diferentes perspectivas y desarrollar tolerancia en torno a la diversidad. Los entornos de aprendizaje constructivista permite a los mismos estudiantes crear sus propios contenidos, los cuales aportan al curso y son evaluados por ellos mismos como una autoevaluación de pares², creando un aprendizaje activo en donde “se aprende haciendo” (Méndez, 2013, p. 3) y el trabajo en grupo es un componente esencial en las actividades enseñanza-aprendizaje.

Más que una técnica, el aprendizaje colaborativo se caracteriza por la interacción y forma de trabajo, el cual desarrolla conocimientos y habilidades individuales, enfatizando la participación activa del estudiante, mientras que el profesor o tutor toma un papel de facilitador de contenido inicial.

La popularidad de estos cursos en línea (MOOC) ha llevado a muchos diseñadores, docentes e instituciones a interesarse por este nuevo modelo de educación (Méndez, 2013, p. 1) y a utilizarlo de manera que beneficie tanto a estudiantes como a universidades para así lograr una imagen moderna y de desarrollo, en aporte a la educación y por ende a la sociedad:

It can be argued that MOOCs have the potential to impact on higher education in two ways: improving teaching; and encouraging institutions to develop distinctive missions that will include considerations about openness and access for different groups of students. MOOCs also provide institutions with a vehicle to think creatively and innovatively and to explore new pedagogical practices, business models and flexible learning paths in their provision. (Yuan & Powell, 2013, p. 17)

1.4 Aporte de los MOOCs en la imagen universitaria

Incursionar en estos cursos que hoy en día están en auge a nivel mundial, puede ayudar no solo a mejorar y ampliar el modelo de educación de las universidades, sino a la vez darles una imagen moderna y hacerlas entrar dentro del grupo de grandes universidades, que brindan cursos gratuitos a un sinnúmero de estudiantes y profesionales alrededor del mundo.

² estudiantes se convierten en evaluadores a través de la autoevaluación, en la que se les da la posibilidad de valorar su propio aprendizaje o la evaluación entre pares, en la que un grupo de estudiantes puntúa a sus iguales

En el año 2012 esa ola de disrupción golpeó la educación superior. Para finales de ese año, 18 de las 20 mejores universidades de América del Norte estaban ofreciendo MOOCs - por lo que esa es la opción que las “grandes marcas” han elegido. (Bean, 2013) en el artículo de (Conole, 2013, p. 17)

Cada vez son más las universidades que buscan adaptarse a los cambios que vive la sociedad, esto debe ser visto como una forma de avanzar y poder brindar una mejor educación que sintonice con los estudiantes de esta era, así como que genere espacios de aprendizaje más interactivos, sociales y sobretodo espacios que sirvan como una manera de comunicarse mejor, aportando sus ideas y opiniones a una red social mucho más amplia y diversa.

Para las universidades los MOOC han resultado una alternativa atractiva porque mejora la reputación de las instituciones y del profesorado ante la sociedad, al presentarse como fuentes de conocimientos innovadores y de calidad. También, permiten atraer la atención de nuevos estudiantes nacionales e internacionales y ofrecen grandes oportunidades para la investigación sobre cuestiones relativas al aprendizaje y las interacciones humanas en red. (Chavez & Gallego, 2014, p. 2)

Posicionamiento

Para el desarrollo de este trabajo de investigación es importante finalizar el primer capítulo definiendo la palabra posicionamiento, ya que uno de los objetivos principales de esta tesis es reconocer la contribución del curso cMOOC en el posicionamiento de la Universidad del Azuay.

Ildefonso Grande Esteban en su libro “Marketing de los servicios”, describe el posicionamiento como “dotar un producto de características que lo diferencian del resto de la oferta” (2005, p. 127). Esteban, menciona que el objetivo de las características del posicionamiento es “diferenciar en la mente de los consumidores los productos que ofrecen las empresas”. Para conseguir esa diferenciación debe conseguirse que sea (Kotler, 1995) en (Esteban, 2005):

- **Importante**, que proporcione un beneficio valorado por los consumidores
- **Distintiva**, que la diferenciación no sea ofrecida por los competidores.

- **No imitable**, que las empresas de la competencia no puedan adoptar la estrategia de posicionamiento.
- **Comunicable y comprensible para los consumidores**, comunicar un servicio, dar mayor información de los empleados, programas informáticos sofisticados.
- **Rentable** para la empresa y asequible para el mercado.

Dentro del proceso de posicionamiento es importante identificar los niveles de posicionamiento para identificar los atributos. Esteban reconoce 3 niveles de posicionamiento:

- Para el sector, para la organización y para el producto.
- De organizaciones que se diferencian de otras.
- Desde la dimensión producto

En el desarrollo de esta tesis, se demostrará las características y el nivel de posicionamiento que se logró con el curso cMOOC- Diseño en Ecuador, lanzado por la Universidad del Azuay.

Conclusiones

- El objetivo del primer capítulo consiste en reconocer el concepto de educomunicación como un campo que permite el aprendizaje colaborativo y una comunicación efectiva entre las partes del proceso comunicativo, que conlleva a una retroalimentación constante.
- El desarrollo tecnológico permite mejorar la comunicación entre masas, creando conexiones entre miles de personas en la red y permitiendo una educación virtual mediante cursos, plataformas o aulas virtuales gratuitas que benefician a la sociedad.
- Los cursos MOOC son vistos como la nueva forma de educar a miles de personas mediante la red. Este es un tipo de educación en línea que ha sido adaptado por las mejores universidades del mundo, brindando cursos gratuitos, masivos en línea.
- Esta iniciativa tiene un doble beneficio, hacia los estudiantes que logren un aprendizaje efectivo y colaborativo; y a la imagen universitaria, que muestra su interés por la educación dentro y fuera de sus aulas, y en la actualización de su forma de educar.
- En este capítulo, es importante reconocer las relaciones entre los conceptos de educomunicación y de los principios conectivistas, ya que ambas buscan un aprendizaje colaborativo que aporte al conocimiento. Esta relación será la base de nuestra investigación y será utilizada para el desarrollo de las matrices que serán presentadas posteriormente.
- La definición de los conceptos de posicionamiento e imagen universitaria, nos ayudarán a reconocer de que manera el curso cMOOC contribuyó con la Universidad del Azuay, anfitriona del curso.

Capítulo 2: cMOOC Diseño en Ecuador- Haremos Historia

En el siguiente capítulo se hace un resumen de lo que fue el curso cMOOC lanzado por la Universidad del Azuay. Estos datos fueron recolectados de entrevistas con el director del curso, el Diseñador Juan Carlos Lazo, y de la observación realizada a la plataforma y los diferentes medios que se utilizaron para el lanzamiento del curso.

Este capítulo finaliza con la presentación de la primera matriz realizada bajo un análisis teórico, que nos ayudará en el siguiente capítulo, a reconocer si el curso cMOOC cumplió con las expectativas de una educación virtual y su efecto comunicacional.

2.1 Presentación del caso

La Universidad del Azuay en mayo del 2014 lanzó el primer curso MOOC de tipo conectivista (cMOOC), el cual fue creado bajo la plataforma *Canvas Instructure* por el profesor Juan Carlos Lazo, docente de la Universidad del Azuay. El curso fue denominado “Diseño en Ecuador: Haremos Historia”, dirigido a estudiantes y profesionales interesados en el diseño (gráfico, textil, de interiores, multimedia) y arquitectura.

“El proyecto parte de la consideración de que la Universidad del Azuay podría ser pionera en la búsqueda de conocimientos utilizando a estudiantes y profesionales de todo el país como investigadores. El caso que se propone como prototipo es el estudio de la Historia del Diseño en Ecuador, la herramienta a utilizar sería un evento en línea dentro de un entorno MOOC (Curso Abierto en Línea)” (Lazo J. C., 2013).

Según Lazo, el objetivo inicial estuvo centrado en “construir y evaluar un MOOC en donde los aportes, hechos por los usuarios del curso, se conviertan en datos que aporten a la construcción de conocimiento de una temática local determinada” (2013). Esto se lograría bajo la aplicación de la **teoría conectivista** de Siemens y Downes nombrada anteriormente; la cual permite que los participantes sean quienes generen el conocimiento dentro del curso y aprendan a la vez de sus compañeros.

Las características de tipo conectivista que se buscaron cumplir en este curso (cMOOC), fueron basadas en los estudios de Stephen Downes (Ídem) y fueron las siguientes:

- Compromiso e interacción dentro de una comunidad profesional.
- Sin resultados predeterminados.
- Sin un cuerpo de conocimientos (o contenidos) que se “transfieran” al estudiante.
- Conseguir una participación masiva de interesados en la temática.

Sin embargo, la Doctora Ruth Contreras Espinosa, directora del proyecto de tesis del Diseñador Juan Carlos Lazo, propuso cambiar los objetivos del proyecto hacia otro enfoque, no en cuanto a los estudiantes y la construcción de conocimientos, lo cual sería difícil de medir y demostrar, sino enfocarse en la recolección de datos e información para crear un repositorio de datos utilizando un MOOC.

Me agrada mucho más la idea, pues de esa forma no tengo trabas al momento de mostrar todo lo que llegue desde todos lados del país alimentando sobre todo el blog. (Lazo J. , 2014)

2.2 Plataforma del curso cMOOC

Una de las herramientas más importantes y esenciales para el desarrollo de un MOOC es la plataforma. En el capítulo 1 (1.3 MOOC, p.17) se mencionaron algunas de las plataformas más reconocidas como edX, Coursera, MiriadaX, entre otras; en las que para ser parte de las mismas, es necesario realizar un convenio entre la plataforma y la universidad, con un costo relativamente alto.

Para el curso *cMOOC Diseño en Ecuador*, se eligió la plataforma **Canvas Instructure**, que si bien no es tan popular como las mencionadas, ésta no tiene costo, y el proceso de creación y desarrollo depende de quién lo maneje.

Juan Carlos Lazo, creador del curso, agregó que la plataforma fue elegida por su sencillez de uso, además de que tiene las características necesarias para desarrollar un MOOC porque “permite ser un curso masivo, generar foros de participación, realizar un seguimiento del aprendizaje, evaluaciones entre pares, entre otros” (2014).

A continuación se presenta un resumen de la información extraída de la página de *Canvas Instructure* (Canvas), para reconocer el tipo de funcionamiento de esta plataforma:

2.2.1 Canvas Instructure

Canvas nace de una compañía llamada *Instructure* fundada por Josh Coates, en el 2008. Su idea era crear una empresa con bases educativas por medio de la web y así remplazar los pizarrones de clases, por pantallas y videos.

En el 2012 esta compañía introduce al mercado los MOOC, con el lanzamiento de Canvas Network. El enfoque hacia los MOOC se dio para facilitar la experiencia con la pedagogía y nuevas formas de usar ambientes multimedia y cambiar el proceso de aprendizaje.

El factor principal que diferencia este tipo de plataformas de otras (Coursera, EdX, etc.), es que Canvas Instructure brinda acceso libre a cualquier persona que desee crear un curso bajo sus propias normas. Esta plataforma no impone una estructura pre diseñada y su uso no tiene costo alguno. Por esta razón, *Canvas Instructure* no ofrece publicidad ni difusión de los cursos que se crean bajo esta plataforma.

2.3 El curso cMOOC Diseño en Ecuador- Haremos Historia

El curso fue creado bajo la plataforma *Canvas Instructure* en diciembre del 2013 y lanzado oficialmente en enero del 2014.

El mismo se desarrolló bajo esta plataforma abierta y de acceso gratuito, en donde todos los interesados sin importar su país o ciudad, podían crear su cuenta para inscribirse y participar.

El curso logró tener 2.125 inscritos en la plataforma, sobrepasando la meta de los mil participantes; y de esta manera, se arrancó con la primera semana del curso el 26 de mayo del 2014.

La meta era conseguir que la mayor cantidad de los inscritos cumplan y participen en las tareas de investigación y actividades, para que logren obtener el certificado de participación avalado por la Universidad del Azuay (UDA). Los estudiantes pertenecientes a la UDA que participaron y culminaron el curso, recibieron además un crédito equivalente a 16 horas de clases (Lazo J. C., 2014).

El curso tuvo una duración de seis semanas, durante las cuales se presentaron videos de entrevistas realizadas a profesionales y expertos a nivel nacional en diferentes áreas del diseño; quienes respondieron preguntas que fueron planteadas por los organizadores del curso. Estas preguntas a su vez fueron expuestas a los parti-

cipantes con la idea de “generar interacción, diálogo y discusión entre los participantes inscritos” (Lazo J. , 2014) y lograr un MOOC conectivista donde los estudiantes aporten con sus opiniones y comentarios.

Un aspecto importante para alcanzar los objetivos planteados del curso, fue lograr que los inscritos tengan una participación activa en los foros y realicen preguntas durante el curso, para así crear una interacción entre participantes y cumplir con las características del **cMOOC conectivista** de Downes mencionado anteriormente.

2.3.1 Promoción del curso

Como se indicó previamente, no todas las plataformas que ofertan MOOCs responden a los mismos planteamientos u objetivos. En el caso de la plataforma elegida para desarrollar el curso de la Universidad del Azuay Diseño en Ecuador- Haremos Historia, es una plataforma gratuita, la cual no es promocionada masivamente como el caso de las plataformas **Coursera, edX o MiriadaX** que son más “populares”, ya que cuentan con la afiliación de varias universidades a nivel mundial que ofertan cursos de manera masiva, sin embargo requieren de un mayor uso de recursos, tiempo y dinero.

La plataforma utilizada por la Universidad del Azuay no tuvo costo alguno y el proceso de desarrollo y lanzamiento del curso fue más ágil, puesto a que no trabajaba bajo parámetros tan rígidos. En la entrevista realizada al diseñador Juan Carlos Lazo, creador del curso, nos dio a conocer por qué eligió la plataforma *Canvas* para el lanzamiento el curso:

Por la sencillez de uso y porque al crear el curso no habían restricciones por parte de los propietarios de la plataforma. En el primer caso tiene todas las características necesarias para desarrollar un MOOC, permite miles de estudiantes, características de foros múltiples, seguimiento del aprendizaje, evaluación entre pares, etc. En el segundo caso no había que entregar el material a los evaluadores para que nos dijeran si era o no aceptado dentro del grupo de MOOCs que promocionan. (Lazo J. C., 2014)

Sin embargo, al no tener una promoción masiva por parte de la plataforma, no se logró un alcance internacional, sino más bien nacional y local. La cantidad de inscritos en el curso (2.125) son gracias a los esfuerzos publicitarios realizados por el autor y la Universidad del Azuay.

Otra fuente de promoción del curso fueron las redes sociales como Facebook y Twitter, las cuales sirvieron para informar del curso y atraer la mayor cantidad de personas al evento.

También se creó la página web del curso www.haremoshistoria.net, en donde se cargó toda la información y datos recolectados durante el desarrollo del mismo, como portafolios y trabajos de diseñadores y arquitectos reconocidos de los cuales se obtuvo buena cantidad de datos para el blog (Lazo J. , 2014).

El curso finalizó el 24 de junio del 2014 con 110 participantes, que fueron quienes enviaron la tarea final y recibieron su respectivo certificado.

2.3.2 Equipo docente

Detrás del curso cMOOC, se encuentra un equipo liderado por Juan Carlos Lazo, director y creador del proyecto. Los demás integrantes han sido categorizados de la siguiente manera según (SCOPEO, 2013):

Soporte tecnológico y de contenido digital

- Alejandro Vanegas Ramos, coordinador de edición.
- Mariela Barzallo León, dirección de arte y diseño gráfico.
- Rocío Vivar Zabaleta, coordinación de investigación.
- Oscar Vintimilla, producción y posproducción.

Soporte para el aprendizaje

- Docentes: entrevistados.
- Curadores: Juan Carlos Lazo.
- Facilitadores: Juan Carlos Lazo y los participantes.

2.3.3 Certificación de la Universidad del Azuay en el curso cMOOC Diseño en Ecuador

En esta versión del cMOOC de la Universidad del Azuay se ofreció un certificado a estudiantes que cumplieron el curso bajo los siguientes lineamientos:

- Estuvieron inscritos desde la primera actividad del curso
- Completaron las dos tareas del inicio y fin del curso.
- Obtuvieron una calificación mayor a 60% de su puntaje final
- Participaron activamente en los foros y actividades del curso

2.4 Estructura del curso cMOOC

El curso consta de un video inicial que fue utilizado de manera publicitaria para la presentación del curso. Este video fue lanzado mediante los diferentes medios del curso como: redes sociales, página web oficial y la plataforma; además al ser el evento patrocinado por la Universidad del Azuay, el video fue subido en la página de Facebook de la Universidad y se publicaron algunos anuncios en la prensa de la ciudad de Cuenca.

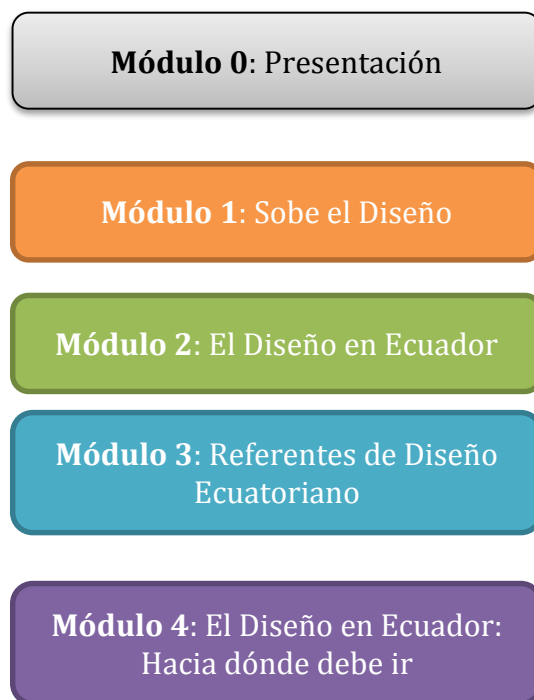
Imagen No. 1: Diseño en Ecuador

Fuente: blog Diseño en Ecuador



El curso cMOOC Diseño en Ecuador-Haremos Historia estuvo conformado por cuatro módulos, cada uno con una semana de duración, en las cuales se tocaron diferentes temas sobre el diseño en Ecuador. A continuación presentamos los temas que se trataron en cada módulo:

Gráfico 1 Módulos del curso cMOOC
Elaborado por: Ochoa Viviana



Dentro de cada módulo o semana se encontraron cuatro videos que respondían a diferentes temas por parte de los expertos entrevistados. Después de cada video se abrió un foro para que los participantes pudieran dar sus opiniones sobre el video y sobre la pregunta planteada en cada módulo. También se incluyó dentro de los módulos diferentes lecturas y material complementario a manera de links o etiquetas, los cuales dirigían al blog del curso en donde se subió toda la información que se recolectó para ampliar los conocimientos.

2.4.1 Módulos del curso por semana

Módulo I: Sobre el Diseño

⋮	▼ Semana 1 - Sobre el Diseño
⋮	📄 Presentación - Video 01
⋮	📄 Cuestionario 01
⋮	📄 ¿Qué NO es diseño? - Video 02
⋮	💬 Y para ti, dentro de tu especialidad, ¿qué NO es diseño?
⋮	📄 El diseño como profesión - Video 03
⋮	💬 ¿Qué características consideras que posea un buen diseñador?
⋮	📄 El diseño en Ecuador: Antecedentes - Video 04
⋮	💬 ¿Cuáles son los referentes del diseño y la arquitectura profesional en el Ecuador?
⋮	📄 Cierre de la Semana 1

Imagen No. 2: Módulo 1 del curso cMOOC

Fuente: Blog Diseño en Ecuador

1. Bienvenida

El primer video introduce a los usuarios sobre el curso y les informa acerca de lo que les espera en las próximas semanas, las expectativas que tiene el curso de cada uno de ellos, la mecánica del evento, el uso de los foros y envío de tareas.

2. ¿Qué no es diseño?

Esta pregunta ayudará a conocer las diferentes ideas que tienen los participantes sobre el diseño, pensando que el diseño no tiene que cumplir parámetros de masividad o de estética necesariamente.

3. Definición de diseño como profesión

¿Qué es un diseñador? ¿Cuáles son las características que nos hacen profesionales del diseño? ¿Necesitamos estudios superiores en diseño para ser diseñadores?

4. El diseño en Ecuador (referentes anteriores, antecedentes)

Conocer dónde se encuentra el diseño realizado en lo que es ahora el Ecuador a lo largo de su historia.

Módulo II: Diseño en Ecuador

⋮	▼ Semana 2 - El diseño en Ecuador
⋮	📄 Sobre los foros
⋮	📄 El diseño actual en Ecuador - Video 05
⋮	💬 ¿Qué opinión tienes sobre la producción de diseño en el país?
⋮	📄 El diseñador ecuatoriano - Video 06
⋮	💬 Y tú ¿has tenido "éxito"? ¿lo has buscado? ¿qué consideras que es ser exitoso?
⋮	📄 Diferencias y similitudes con lo que se hace en el exterior - Video 07
⋮	💬 Si tienes información sobre otros productos, espacios, gráfica que sepas que ha triunfado en...
⋮	📄 El diseño ecuatoriano y la calidad - Video 08
⋮	💬 Características que le hacen falta al diseñador ecuatoriano
⋮	📄 Artículos sobre Diseño Ecuatoriano en otros mercados
⋮	📄 Cierre de la Semana 2

Imagen No. 3: Módulo 2 del curso cMOOC

Fuente: Blog Diseño en Ecuador

1. El diseño actual en Ecuador

Lo que define al diseño hecho en Ecuador en la actualidad. Lo que se está haciendo ahora y aquello que nos caracterizó antes.

2. El diseñador ecuatoriano

Su relación frente al medio, su relación laboral, clientes, usuarios. Posibilidades de progresar en nuestro medio.

3. Diferencias y similitudes con lo que se hace en el exterior

Del diseño hecho en Ecuador y el diseño foráneo. Conocer diferentes perspectivas y opiniones de los participantes sobre el diseño local y mundial.

4. El diseño en Ecuador y la calidad

Ventajas del diseño ecuatoriano. Dónde está esa calidad, posibles ventajas que tenemos como país.

Módulo III: Referentes del Diseño Ecuatoriano

▼ Semana 3 - Referentes del diseño en Ecuador
📄 Eventos y publicaciones nacionales e internacionales - Video 09
💬 Eventos y Publicaciones Nacionales e Internacionales
📄 Referentes de diseño - Video 10
📄 Diseñadores ecuatorianos como referentes - Video 11
💬 Diseñadores y arquitectos como referentes del Diseño en Ecuador
📄 El diseño en Ecuador: Proyección hacia dentro y fuera del país - Video 12
💬 Proyección a futuro del Diseño en Ecuador
📄 Tarea: 1ra Parte - Investigación local
📄 Cierre de la Semana 3

Imagen No. 4: Módulo 3 del curso cMOOC

Fuente: Blog Diseño en Ecuador

1. Eventos y publicaciones nacionales e internacionales

Dónde están los eventos y publicaciones en donde el diseñador ecuatoriano se muestra. Cómo se llega a conocer nuestro diseño al interior y al exterior del país, cuáles son los medios por los que se puede mostrar diseño.

2. Referentes de Diseño

Obras relevantes por áreas. Referentes del diseño en Ecuador, dónde están y cuáles son.

3. Los diseñadores ecuatorianos como referentes

Reconocer referentes profesionales nacionales e internacionales por áreas, teóricos que son capaces de cuestionar el diseño y sus perspectivas.

4. El diseño ecuatoriano y su proyección hacia dentro y fuera del país

Dónde se están dando cambios, qué podemos esperar de los años venideros, tenemos proyección hacia el exterior y en dónde están, cuáles son las áreas que deberían ser explotadas y que no lo están actualmente.

Módulo IV: El diseño en Ecuador, hacia dónde debe ir

▼	Semana 4 - El diseño en Ecuador: Hacia dónde debe ir
📄	Sostenibilidad, medio ambiente y diseño: interacciones y posibilidades - Video 13
💬	El diseño y su vinculación con el Medio Ambiente.
📄	Sociedad y diseño - Video 14
💬	Diseño y Sociedad
📄	Diseño y políticas públicas - Video 15
💬	El Diseño y las Políticas Públicas
📄	Los gremios de diseño en el país - Video 16
💬	Asociaciones, Colectivos, Colegios.
📄	Cierre de la Semana 4

Imagen No. 5: Módulo 4 del curso cMOOC

Fuente: Blog Diseño en Ecuador

1. Sostenibilidad, Medio Ambiente y Diseño: interacciones y posibilidades

Como diseñadores podemos mejorar nuestro entorno y proyectarlo hacia mejores prácticas, ¿cómo podemos hacerlo desde dentro de nuestras áreas profesionales?

2. Sociedad y diseño: soluciones a corto y largo plazo

¿Se pueden lograr cambios positivos en el comportamiento de la población y cómo lo haríamos desde nuestras respectivas áreas profesionales?

3. Diseño y políticas públicas

¿Qué lugar ocupa el diseño en el desarrollo del país e importancia en los entes públicos y privados? ¿En qué lugar nos ubicamos en el desarrollo del país? ¿Cómo podemos influir en las políticas públicas para que podamos ser una influencia real dentro del mejoramiento de las condiciones de vida de la población en todas sus áreas.

4. Los gremios del diseño en el país

¿Cómo conformarlos y qué deben buscar? Si bien existen gremios muy bien estructurados como pueden serlo los colegios de arquitectos o las asociaciones de agencias de publicidad, en general el diseñador no tiene respaldo profesional que avale su actividad, ¿cómo podemos crear lazos profesionales que permitan alcanzar mejoras dentro de nuestra actividad profesional?

Reflexiones finales:

Finalmente el curso cierra con varios comentarios de los entrevistados, dejando un mensaje sobre el Diseño en Ecuador. Los participantes también entregaron tarea final sobre el artículo que escribieron en la primera parte de la tarea. Los artículos aprobados, fueron publicados en el blog del curso.



Imagen No. 6: Reflexiones finales del curso cMOOC

Fuente: Blog Diseño en Ecuador

En esta sección fue donde se introdujo la encuesta a los participantes, que nos sirvió para obtener los resultados que serán presentados en el siguiente capítulo.

2.5 Matriz de evaluación del curso cMOOC Diseño en Ecuador

Para finalizar con este capítulo y concluir con lo analizado y observado en el curso cMOOC Diseño en Ecuador, se presenta la siguiente matriz creada bajo un análisis teórico de diferentes cursos realizados en otros países como Estados Unidos y España, que tienen mayor experiencia en MOOCs.

Los autores principales de los que se extrajo la información para esta matriz son SCOPEO (2013) y Letón y López (s.f.). También nos basamos en ejemplos de otros MOOCs basados en el conectivismo como el caso del curso lanzado por la Universidad San Martín de Porres (Perú) bajo la plataforma de MiriadaX, de estos se tomaron datos sobre el funcionamiento y desarrollo del curso para que puedan ser contrastados con el cMOOC de la Universidad del Azuay.

Esta matriz nos servirá para alcanzar los objetivos de esta investigación que son reconocer si el curso cMOOC cumplió con las expectativas de una educación virtual y sobre los elementos educomunicacionales que se aplicaron en el curso cMOOC como: aportes conectivistas, comentarios y opiniones por parte de los participantes, evaluaciones de pares y otros componentes que debe tener un curso cMOOC.

2.5.1 Aspectos a evaluar

Son 4 los criterios que se evalúan y se contrastan en la siguiente matriz:

MOOC: reconocer si se cumple con los aspectos primordiales de un curso MOOC que son:

- Ser un curso compuesto de facilitadores y participantes interesados en un determinado tema.
- Ser masivo dirigido hacía una audiencia ilimitada.
- En línea, donde tanto facilitadores como participantes se involucren y participen mediante la web en los foros de discusión.
- Abierto, refiriéndose a que el material e información recolectada este a disposición de todos quienes la necesiten, fomentando así la capacidad de e-learning y el trabajo compartido (López Zamorano).

Estructura: se evalúa si dentro de la plataforma elegida para el curso existen los recursos educativos elementales de un MOOC como: videos, foros, materiales y el tipo de soporte tecnológico y de aprendizaje que se utilizó.

Aspectos de forma: se evalúa detalladamente si cada recurso educativo (videos, foros, actividades, etc.) cumple con los aspectos de forma que debe tener un curso cMOOC.

Acreditación: permite reconocer si el curso fue certificado u acreditado, el tipo y si fue avalado por alguna universidad.

A continuación se presenta la matriz mencionada:

Criterios	Indicadores	UDA			Observaciones
		Cumple	Parcialmente	No cumple	
MOOC					
Curso	Cuenta con una estructura orientada al aprendizaje, con una serie de evaluaciones para acreditar el conocimiento adquirido				
Masivo	Tiene una cantidad superior a la de un curso presencial y su alcance es global				
En línea	Es a distancia, bajo el uso de internet como medio de comunicación principal				
Abierto	Los materiales son accesibles de forma gratuita				
ESTRUCTURA					
Intro	Página de registro				
	Bienvenida				
	Universidad que lo emite				
	Descripción del curso				
	Conocimientos requeridos				
	Cronograma de actividades				
	Video Intro				
Módulos genéricos	Videos de corta duración				

Criterios	Indicadores	UDA			Observaciones
		Cumple	Parcialmente	No cumple	
	Foros				
	Materiales complementarios o de apoyo				
	Actividades				
	Autoevaluaciones (de pares)				
	Grupo de alumnos				
	Material generado				
Potenciación de MOOC	Interna: Correos masivos, blogs, wikis				
	Externa: Web de apoyo, redes sociales, YouTube				
Soporte tecnológico y de contenidos digitales	Técnicos informáticos				
	Diseñadores				
	Productores y editores de contenidos digitales				
Soporte para el aprendizaje	Docentes				
	Curadores				
	Facilitadores				

Criterios	Indicadores	UDA			Observaciones
		Cumple	Parcialmente	No cumple	
ASPECTOS DE FORMA					
Videos	El audiovisual cumple con la extensión (6 a 8 minutos)				
	El audio es claro				
	Los conceptos que se desarrollan tienen relación con las tareas planteadas				
Foros	Maneja un modelo conectivista con una participación activa de los estudiantes				
	Autoevaluación de pares P2P				
	Karma: los usuarios pueden acumular prestigio ante la comunidad debido a las participaciones que realiza y son votados por otros				
	Pensamiento analítico: los estudiantes aportan con nuevos conocimientos				
	Capacidad de análisis por parte de los estudiantes				
Actividades	Las actividades diseñadas, indican claramente el objetivo, las pautas para su elaboración y los criterios de evaluación.				
	Formación de comunidades de práctica o grupos de trabajo				

Criterios	Indicadores	UDA			Observaciones
		Cumple	Parcialmente	No cumple	
Recursos educativos abiertos REA	Existe un equilibrio en el número de recursos de cada tipo: formato texto, imágenes, video, audio, animación, artículos de revistas digitales, etc.				
Página web	Como soporte de materiales				
	Comunidades				
	Actualizaciones				
CERTIFICACIÓN					
Certificado	De superación de la totalidad de actividades obligatorias del curso				A quienes completaron y enviaron todas las actividades

Tabla No 1: Matriz de evaluación del curso cMOOC

Elaborado por: Ochoa Viviana

Conclusiones

- El curso MOOC lanzado por la Universidad del Azuay es de tipo conectivista, por lo que ha sido analizado bajo los principios conectivistas de Stephen Downes.
- Este curso logró alcanzar 2.125 inscritos, lo que refleja que a pesar de que el curso fue lanzado bajo una plataforma “oculta”, los es-

fuerzos publicitarios realizados por el autor y la UDA como auspiciante, dieron resultados positivos.

- El cambio de enfoque que el autor dio a su investigación, ayudo a la recolección de datos e información para lograr crear un repositorio de datos abierto para todo quién desee realizar investigaciones sobre el Diseño hecho en el Ecuador.
- El análisis de este curso fue realizado bajo un modelo comparativo con universidades españolas, americanas y de Latinoamérica de tipo conectivistas, que permitió identificar los elementos fundamentales de un curso cMOOC, como la interacción de los participantes, que crean contenidos centrados en las necesidades de formación e intereses de sus participantes. (Méndez, 2013)

Capítulo 3: Exposición de los resultados del curso

A continuación, y como una parte fundamental de este trabajo de investigación, expondremos los datos y resultados del curso cMOOC Diseño en Ecuador- Haremos Historia y de la matriz desarrollada para el análisis de los componentes del cMOOC y su efecto educomunicacional.

Dentro de este capítulo se presentarán los resultados extraídos, de la encuesta en línea realizada a los 110 participantes que culminaron el curso y respondieron la misma hasta el 10 de junio del 2014. La encuesta y los resultados fueron trabajados bajo el programa SurveyMonkey (SurveyMonkey, 2014), el cual nos permitió canalizar la información de manera más eficiente.

Los resultados sobre la cantidad de inscritos y participación dentro del curso se obtuvo de la plataforma Canvas y de páginas de apoyo del curso como: el blog, Facebook y YouTube.

3.1 Resultados del curso cMOOC Diseño en Ecuador

El curso llegó a tener 2125 inscritos de diferentes ciudades y universidades del país, lo cual fue muy alentador al ser el primer curso MOOC que lanza la Universidad del Azuay a nivel nacional, con alcance internacional. Se inició el curso con 610 participantes, de los cuales 139 entregaron los trabajos finales y 110 obtuvieron los certificados. Lo que significa que del total de quienes iniciaron (610), el 23% (139) finalizó el curso con su respectivo certificado.

Tabla No. 2: Resultado del curso completo
Elaborado por: Ochoa Viviana

Inscritos	Iniciaron	%	Terminaron	%
2125	610	100	139	23

La mayor cantidad de participantes fueron estudiantes (49%) de un nivel de pregrado (54%). Esto responde a que el curso fue mayormente publicitado a nivel de universidades alrededor del país.

a) Perfil del participante

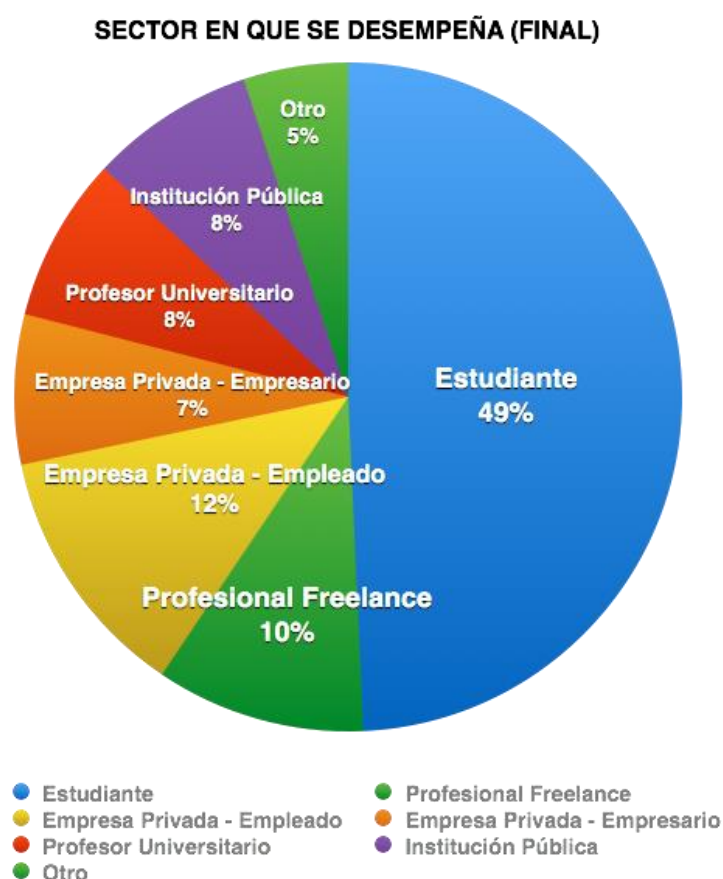
Tabla No. 3: Tipo de perfil del participante

Elaborado por: Ochoa Viviana

Participantes	Número	Porcentaje
Estudiante	68	49%
Profesional	13	10%
Empresa Privada Empleado	17	12%
Profesor universitario	11	8%
Institución pública	11	8%
Empresa privada-Empresario	10	7%
Otro	7	5%

Gráfico No2: Sector en el que se desempeñan los encuestados

Fuente: Survey Monkey



b) Nivel de estudios

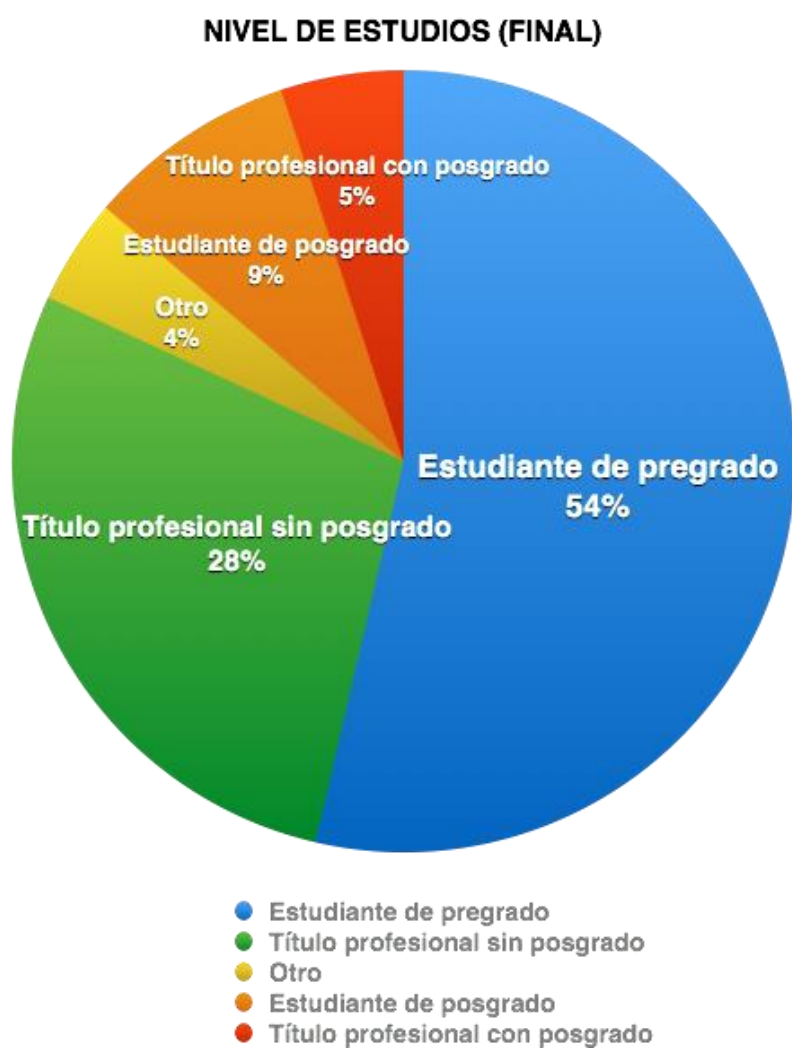
Tabla N° 4: Nivel de estudio del participante

Elaborado por: Ochoa Viviana

Participantes	Número	Porcentaje
Estudiante de pregrado	75	54%
Título profesional sin posgrado	39	28%
Estudiante de posgrado	13	9%
Título profesional con posgrado	7	5%
Otro	6	4%

Gráfico No.3: Sector en el que se desempeñan los encuestados

Fuente: Survey Monkey



c) Edades y género

El perfil de quienes participaron y terminaron el curso está determinado en estudiantes de pregrado entre los 25 y 45 años de edad. El interés por los MOOC entre varones y mujeres se diferencia por un margen del 6%, ya que los varones cuentan con un 53% frente a las mujeres con un 47%. Interesante resultado, que demuestra que el interés por el uso de las nuevas tecnologías aplicadas a la educación, es común a ambos géneros.

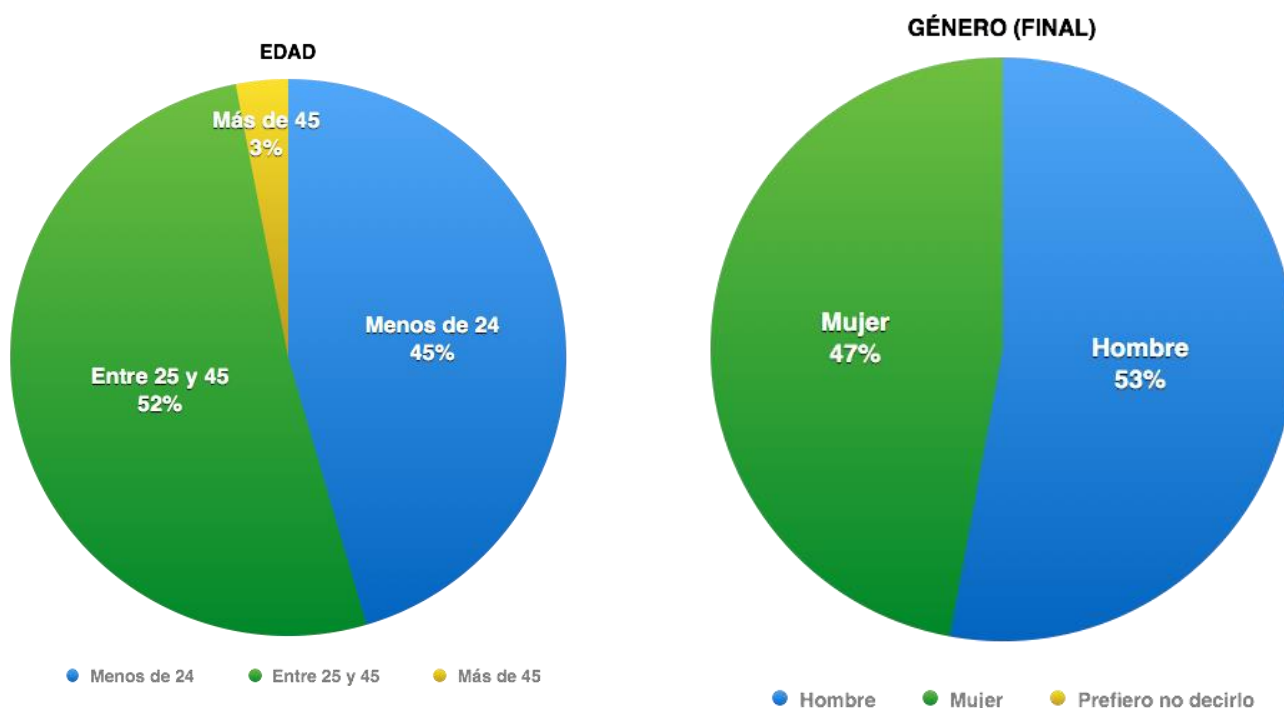
Tabla No. 5: Intervalos de edades de los participantes
Elaborado por: Ochoa Viviana

Participantes	Número	Porcentaje
Menos de 24	63	45%
Entre 25 y 45	77	52%
Más de 45	4	3%

Tabla No. 6: Sexo de los participantes
Elaborado por: Ochoa Viviana

Participantes	Número	Porcentaje
Hombre	74	53%
Mujer	65	47%

Gráfico No.4: Edad y género de los encuestados
Fuente: Survey Monkey



d) Provincias

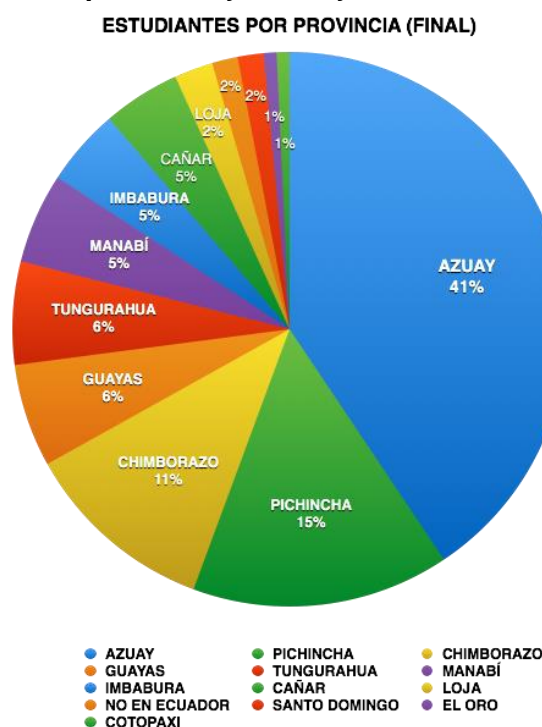
La provincia que cuenta con mayor porcentaje de participantes es Azuay, con un 41%. Es evidente que el curso causó mucho más interés en la ciudad de Cuenca y en estudiantes y graduados de la Universidad del Azuay al ser el creador de este curso.

Le siguen las provincias de Pichincha (15%) y Chimborazo (11%) con menores porcentajes de participación.

Tabla N° 7: Provincias que participaron en el MOOC
Elaborado por: Ochoa Viviana

Provincias	Número	Porcentaje
Azuay	57	41%
Pichincha	21	15%
Chimborazo	15	11%
Guayas	8	6%
Tungurahua	8	6%
Manabí	7	5%
Imbabura	7	5%
Cañar	7	5%
Loja	3	2%
Santo Domingo	3	2%
Cotopaxi	3	2%
Fuera de Ecuador	1	1%

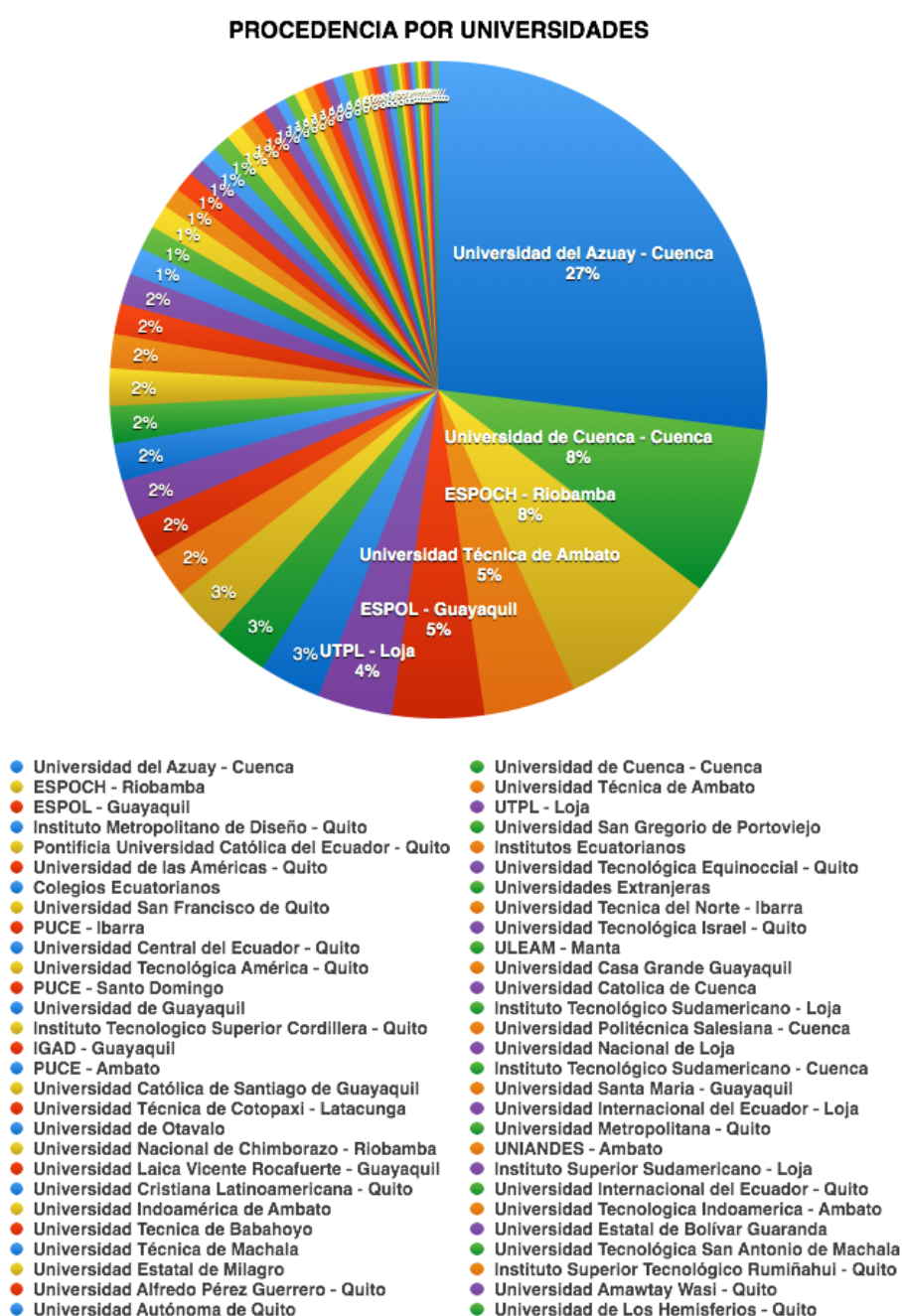
Grafico No.5: Provincias que participaron en el MOOC
Elaborado por: Survey Monkey



d) Procedencia por universidades

Se registró la participación de 56 universidades e institutos de educación alrededor del país. La Universidad del Azuay como anfitriona del evento obtuvo el 27% de los participantes, seguida por la Universidad de Cuenca, ESPOCH con el 8%; Universidad Técnica de Ambato y ESPOL con un 5% y la UTPL con un 4% de participación. Las demás universidades e institutos del país tuvieron una participación menor al 3%.

Grafico No.6: Procedencia por universidades
Elaborado por: Survey Monkey



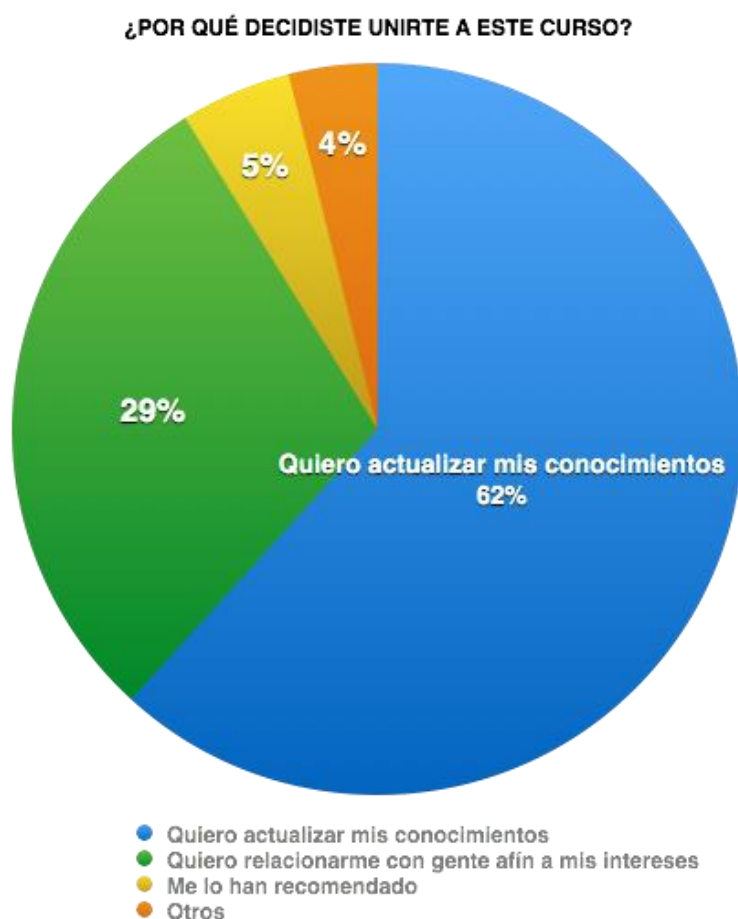
e) ¿Por qué decidiste unirte a este curso?

El 62% de los participantes contestaron que las razones por las cuales se unieron al curso fueron principalmente para actualizar sus conocimientos, en este caso en el área del diseño.

El 29% se unió al curso para lograr relacionarse con gente afín a sus intereses.

A un 5% de los participantes les motivó la recomendación de segundos y un 4% por otras razones.

Grafico No.7: Decisión de participar en el curso
Elaborado por: Survey Monkey

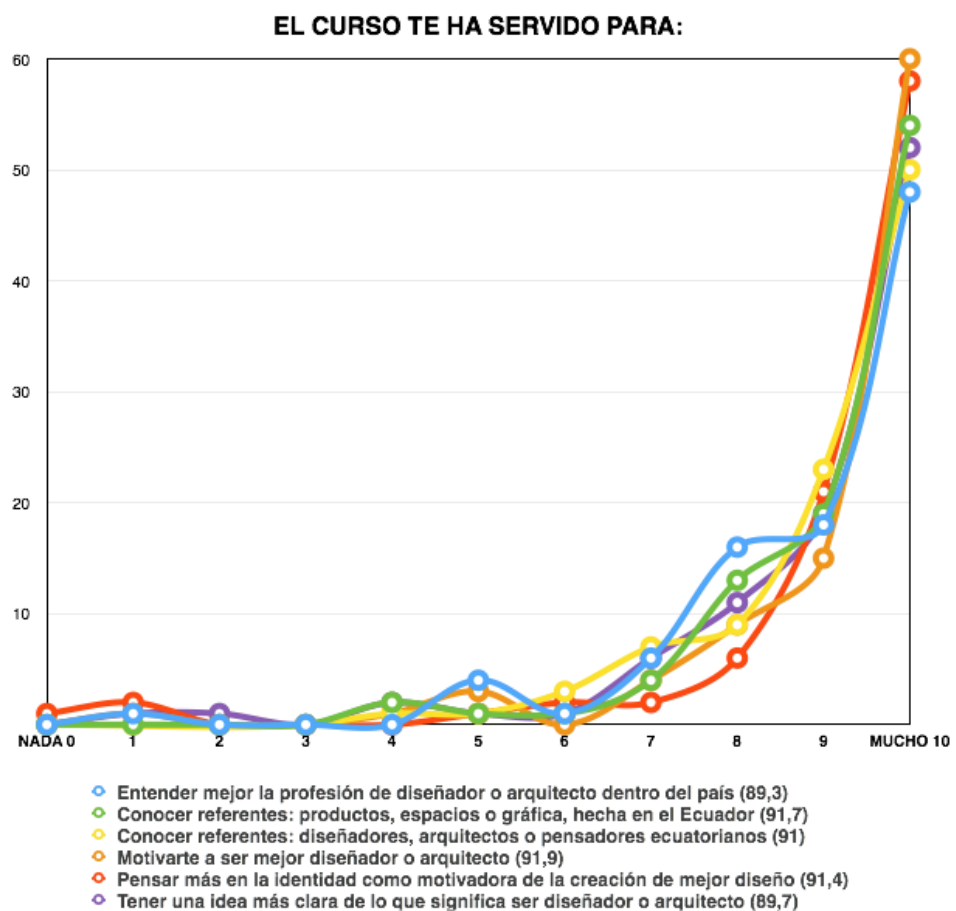


f) El curso te ha servido para:

Luego de finalizar el curso, se preguntó a los participantes que califiquen del 0 al 10 el ¿para qué les sirvió el curso?, siendo 0 nada y 10 mucho. Las respuestas fueron alentadoras, ya que la mayoría contestó que les ha servido de MUCHO (mayor a 8 puntos) en los aspectos de:

- Entender mejor la profesión.
- Conocer referentes.
- Motivarse a ser mejor diseñador o arquitecto.
- Pensar más en la identidad como motivadora de la creación de mejor diseño.
- Tener una idea más clara de lo que significa ser diseñador o arquitecto.

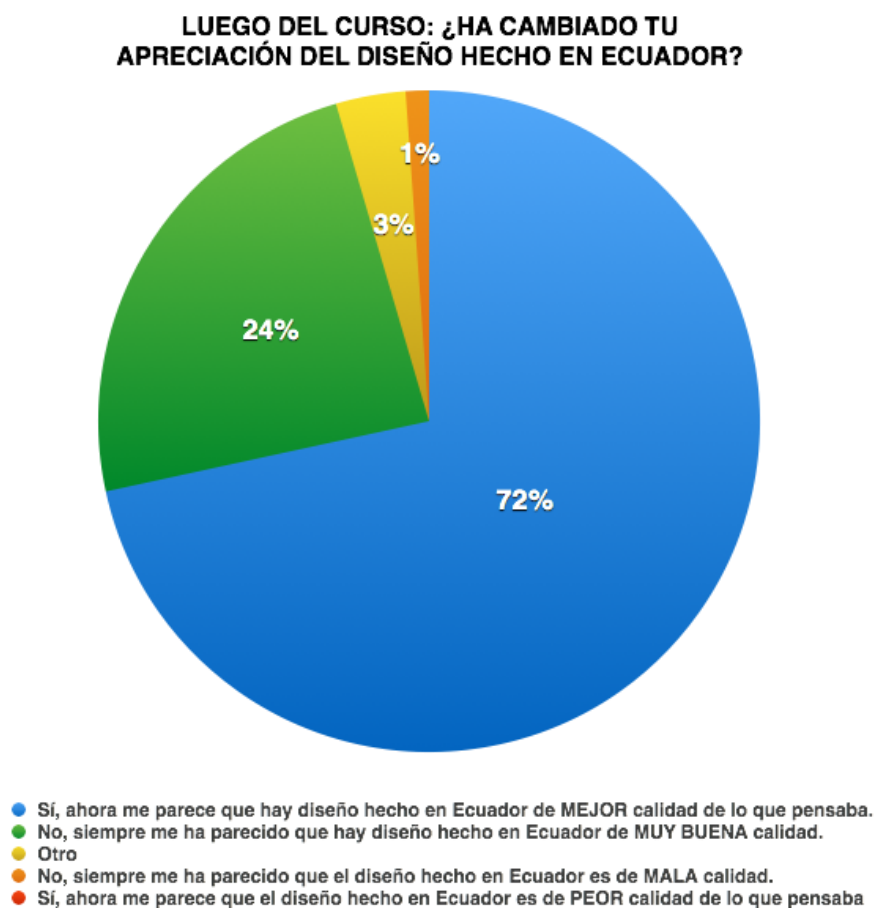
Grafico No.8: Para que sirvió el curso a los encuestados
Elaborado por: Survey Monkey



g) Luego del curso: ¿ha cambiado tu apreciación del diseño hecho en Ecuador?

Otro resultado positivo al finalizar el curso fue que al 72% de los encuestados les cambió su apreciación del diseño, y consideran que ahora les parece que hay diseño hecho en Ecuador de *mejor* calidad de lo que pensaban.

Grafico No.9: Apreciación del curso
Elaborado por: Survey Monkey



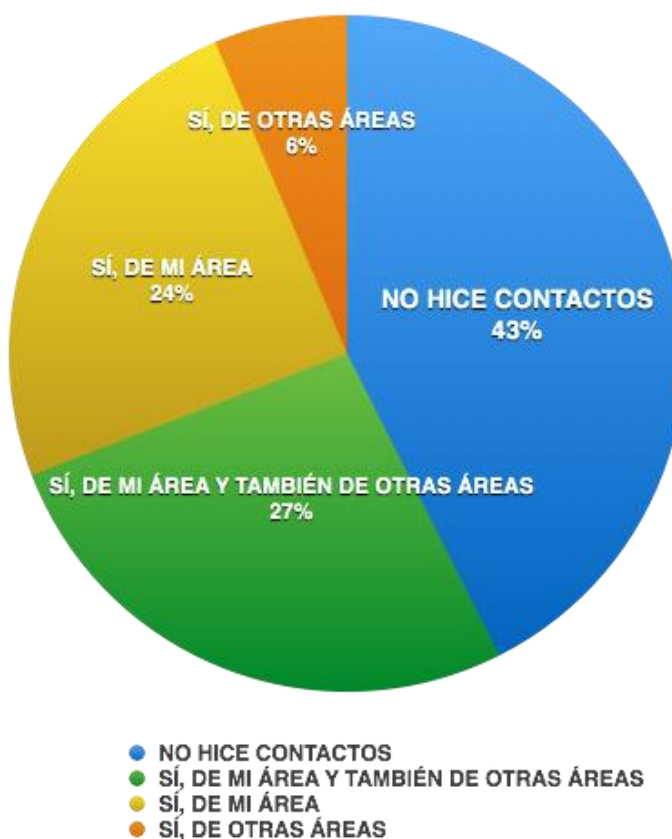
h) En el curso ¿pudiste contactar con otros profesionales de tu área, o de otras áreas?

Como parte de la comunidad de aprendizaje que se busca lograr en un curso cMOOC, los resultados fueron:

- El 43% de los participantes dicen no haber hecho contactos con otros profesionales de su área u otras áreas.
- El 27% hicieron contactos con profesionales de su área y de otras.
- Y el 24% hicieron contactos con su área.

Grafico No.10: Comunidad de aprendizaje
Elaborado por: Survey Monkey

EN EL CURSO ¿PUDISTE CONTACTAR CON OTROS PROFESIONALES DE TU ÁREA, O DE OTRAS ÁREAS, A LOS CUALES HAS SUMADO A TUS CONTACTOS?

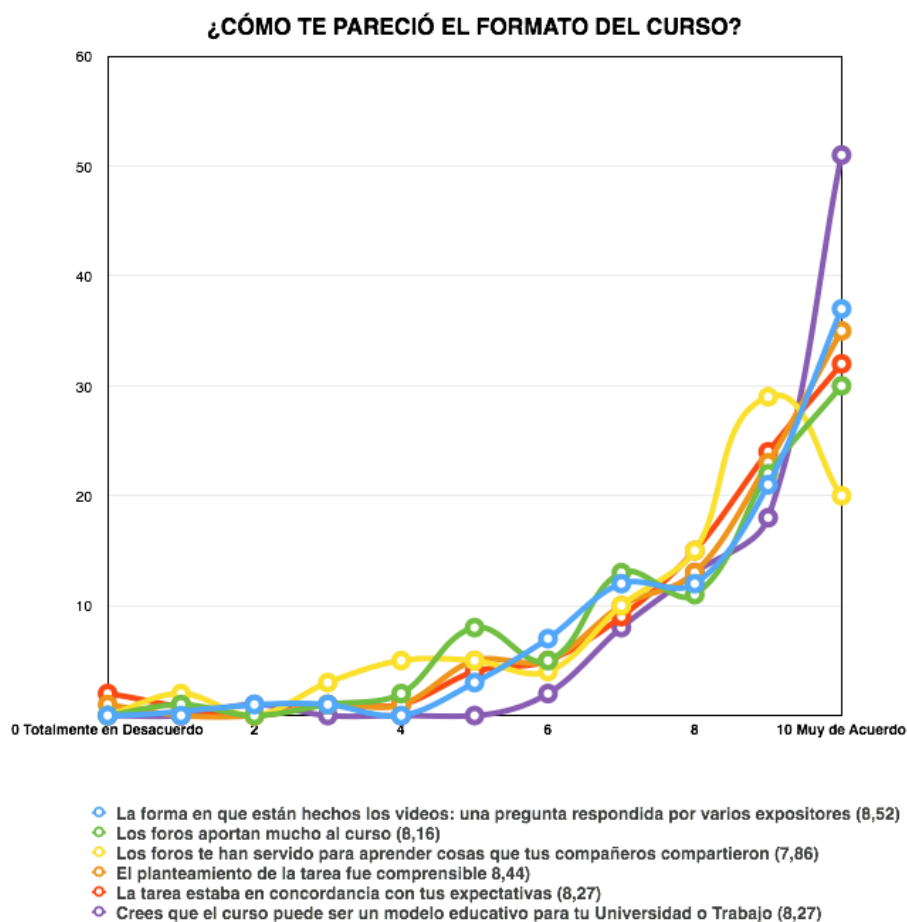


i) ¿Cómo te pareció el formato del curso?

En una escala de 0 a 10, siendo 0 *totalmente desacuerdo* y 10 *muy de acuerdo*, los encuestados calificaron los siguientes aspectos del formato del curso sobre **8**, lo que indica que el formato fue satisfactorio para los participantes:

- La forma en que están hechos **los videos**: una pregunta respondida por varios expositores (8,52)
- **Los foros** aportan mucho al curso (8,16)
- **Los foros** te han servido para aprender cosas que tus compañeros aprendieron (7,86)
- El planteamiento de **la tarea** fue comprensible (8,44)
- **La tarea** estaba en concordancia con tus expectativas (8,27)
- Crees que el curso puede ser un **modelo educativo** para tu universidad o trabajo (8,27)

Grafico No.11: Comunidad de aprendizaje
Elaborado por: Survey Monkey



3.2 Resultados de los materiales de apoyo del cMOOC

Estos datos han sido tomados de los resultados de las páginas que se utilizaron para la realización de curso como: página web, Facebook y YouTube.

3.2.1 Blog Diseño en Ecuador: Haremos Historia

La página web del curso Haremos Historia <http://www.haremoshistoria.net>, sirvió como material complementario para quienes estuvieron interesados en este curso. Dentro del blog se realizaron diferentes publicaciones sobre información extraída tanto de expertos, bibliográfica y de participantes que aportaron con interesantes temas para su publicación.

La página web se ha mantenido en constante actualización desde su creación. Hasta octubre del 2014, se alcanzaron 130 artículos publicados “esta cantidad irá aumentado puesto a que la página web continua recolectando información para su publicación” (Lazo J. C., cMOOC Diseño en Ecuador- Haremos Historia, 2014).

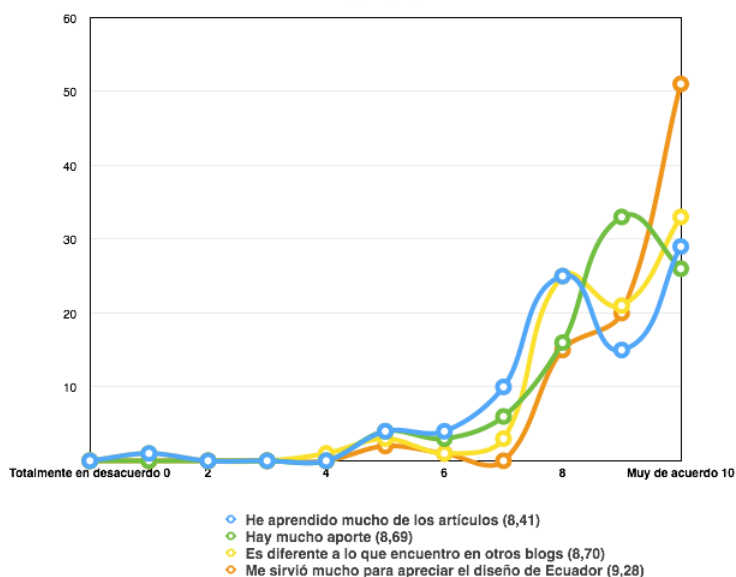
Al pedir a los encuestados que evalúen el blog, del 0 a 10, siendo 0 muy desacuerdo y 10 muy de acuerdo, los resultados fueron los siguientes:

- He aprendido mucho de los artículos (8,41)
- Hay mucho aporte (8,69)
- Es diferente a lo que encuentro en otros blogs (8,70)
- Me sirvió mucho para apreciar el diseño de Ecuador (9,28)

Grafico No.12: Evaluación del blog

Elaborado por: Survey Monkey

**DANOS TU EVALUACIÓN SOBRE EL BLOG
HAREMOSHISTORIA.NET**



3.2.2 En la página de YouTube

El canal de YouTube fue una herramienta importante para la publicación y difusión de los videos. A continuación se presenta una tabla de los 18 videos y el número de visualización en la página de YouTube:

video #	Título	Visualizaciones
0	Publicitario	3.057
1	Presentación	1.705
2	¿Qué no es diseño?	995
3	Diseño como profesión	711
4	Antecedentes de la profesión	481
5	El diseño hecho en Ecuador	635
6	El diseño Ecuatoriano	367
7	Diferencias y similitudes con lo que se hace en el exterior	283
8	El diseño ecuatoriano y la calidad	229
9	Eventos y publicaciones	261
10	Referentes de diseño ecuatoriano	198
11	Diseñadores ecuatorianos como referentes	220
12	Proyección hacia dentro y fuera del país	184
13	Sostenibilidad, medio ambiente y diseño	241
14	Sociedad y diseño	109
15	Diseño y políticas públicas	139
16	Los gremios del diseño en el país	118
17	Reflexiones finales	102

Tabla No.8: videos y visualización en la página de YouTube:
Elaborado por: Ochoa Viviana

Como se puede observar en esta tabla, las visualizaciones fueron disminuyendo notablemente desde el primer video publicitario que se lanzó que obtuvo 3.057 visitas, seguido del Video 01 de Presentación de los entrevistados con 1.692 visitas, hasta el último video que tienen 102 visualizaciones. Esto nos lleva a deducir que:

- El número deserción que existe en los cursos MOOC es alta.
- Los participantes tienden a concentrarse en un curso de periodos cortos de tiempo.
- La duración de los videos en un curso MOOC no debe sobrepasar los 10 minutos.

3.2.3. Facebook Diseño en Ecuador: Haremos Historia

Esta red social fue fundamental para el desarrollo del curso y para lograr la difusión publicitaria de lanzamiento necesaria para atraer la mayor cantidad de participantes.

La página logró tener 2.730 seguidores y una visibilidad de 21.546 (alcance de publicidad).



Imagen No.7: Página de Facebook del curso
Elaborado por: Facebook

Este medio también sirvió como difusor de publicaciones de trabajos de los participantes que tuvieron gran acogida por ejemplo:

Titulo	Autor	Fecha	Alcance ³	Interacción ⁴
Petroglifos en la provincia de Loja/ UTPL	Carolina Molina	10/09/14	9,600	1,300 likes 380 veces compartido
Casa Nina Huasi	Patricia Huira-cocha	25/09/14	1,695	8 likes 12 veces compartido
Gabriela Corral- Diseño Gráfico	Toa Tripaldi	06/10/14	1,615	206 likes 68 veces compartido
Esteban Salgado- entrevistado	Blog Diseño en Ecuador	06/09/14	12,868	195 likes 202 veces compartido

Tabla No.9: publicaciones destacadas en la página de Facebook
Elaborado por: Ochoa Viviana

3.2.4 Aspectos relevantes del curso:

- De los 110 encuestados el 61% fueron diseñadores gráficos y comunicadores digitales, es decir, quienes culminaron el curso.
- A pesar de que muchos no lograron hacer contactos con otros profesionales, las entrevistas realizadas fueron una forma de conocer a expertos en diferentes temas del diseño.
- El foro más comentado es: “Y para ti, ¿qué NO es diseño?” con 286 respuestas seguida de “Características de un buen diseñador” con 261.
- Según datos estadísticos de la página web, a quiénes más les interesó las noticias del blog son profesionales entre 25 - 34 años con porcentaje de 37,4% (los de 18 a 24 con 26,55%, de 35-44 con un 15,4%, de 45-54 con 9,65%, de 55/64 con 6,98% y mayores de 66 con el 4%).
- Se publicaron los 22 perfiles de los 22 invitados.
- Se logró contar con 9 portafolios de estudiantes y profesionales del diseño.
- Desde marzo hasta octubre del 2014 hubo 18.718 usuarios distintos que iniciaron 27.954 y que en total han visitado 57.600 de diferentes páginas.
- Son los mismos resultados en hombres y mujeres en la visita de MOOC y del blog.

³ Número de usuarios a los que se mostró tu publicación.

⁴ Suma total de me gusta, comentarios y veces que se ha compartido

3.3 Resultados de la matriz de evaluación del curso cMOOC

A continuación expondremos los resultados de la tabla No.1 presentada en el capítulo anterior.

La matriz fue desarrollada para responder a uno de los **objetivos principales**, reconocer si el curso cMOOC cumplió con las expectativas de una educación virtual y de un cMOOC como tal.

Criterios	Indicadores	UDA			Observaciones
		Cumple	Parcialmente	No cumple	
MOOC					
Curso	Cuenta con una estructura orientada al aprendizaje, con una serie de evaluaciones para acreditar el conocimiento adquirido	✓			Módulos, 2 tareas
Masivo	Tiene una cantidad superior a la de un curso presencial y su alcance es global	✓			2.125 inscritos
En línea	A distancia, bajo el uso de internet como medio de comunicación principal	✓			Utilizó la plataforma Canvas de libre acceso por la web
Abierto	Los materiales son accesibles de forma gratuita	✓			Materiales disponibles dentro y fuera de la plataforma de forma gratuita y libre

Criterios	Indicadores	UDA			Observaciones
		Cumple	Parcialmente	No cumple	
ESTRUCTURA					
Intro	Página de registro	✓			Canvas
	Bienvenida	✓			Video
	Universidad que lo emite	✓			Universidad del Azuay
	Descripción del curso	✓			Video introductorio y en la plataforma
	Conocimientos requeridos	✓			Diseño y áreas afines
	Cronograma de actividades	✓			Publicadas en la plataforma
	Video Introductorio	✓			Este video tuvo la mayor cantidad de visitas 3.032
Módulos genéricos	Videos de corta duración		✓		Los videos superaban los 15 minutos
	Foros	✓			Al final de cada video se abrían foros de preguntas
	Materiales complementarios o de apoyo	✓			El Blog, Facebook, YouTube en donde esta toda la información del curso y trabajos publicados
	Actividades	✓			Foros de participación después de cada video, tareas (inicial y final) como requisito para obtener el certificado
	Autoevaluaciones (de pares)		✓		Existieron evaluaciones de pares, sin embargo estos no tuvieron el resultado esperado

Criterios	Indicadores	UDA			Observaciones
		Cumple	Parcialmente	No cumple	
	Grupo de alumnos			✓	No se crearon grupos de trabajo
	Material generado	✓			Entrevistas y trabajos de los expertos De los estudiantes: foros, tareas, portafolios.
Potenciación de MOOC	Interna: Correos masivos, blogs, wikis	✓			El blog Correos
	Externa: Web de apoyo, redes sociales, YouTube	✓			Facebook , YouTube, Twitter
Soporte tecnológico y de contenidos digitales	Técnicos informáticos	✓			Soporte técnico de la UDA
	Diseñadores	✓			Juan Carlos Lazo Mariela Barzallo León, dirección de arte y diseño gráfico.
	Productores y editores de contenidos digitales	✓			Alejandro Vanegas Ramos, coordinador de edición. Rocío Vivar Zabaleta, coordinación de investigación. Oscar Vintimilla, producción y posproducción.
Soporte para el aprendizaje	Docentes	✓			Entrevistados
	Curadores	✓			Juan Carlos Lazo, Alejandro Vanegas evaluación de pares entre participantes

Criterios	Indicadores	UDA			Observaciones
		Cumple	Parcialmente	No cumple	
	Facilitadores	✓			Juan Carlos Lazo
ASPECTOS DE FORMA					
Videos	El audiovisual cumple con la extensión (6 a 8 minutos)			✓	Los videos superan los 10 minutos de duración
	El audio es claro	✓			Sin embargo hay fallas auditivas en partes de videos
	Los conceptos que se desarrollan tienen relación con las tareas planteadas	✓			Todo el material del curso se basa en el Diseño hecho en Ecuador
Foros	Maneja un modelo conectivista con una participación activa de los estudiantes		✓		No existió una gran participación por parte de los estudiantes que aportaron con nuevos conceptos
	Autoevaluación de pares P2P		✓		Se encontró evaluaciones entre participantes, sin embargo la mayoría no aportan mucho
	karma: usuarios pueden acumular prestigio ante la comunidad debido a las participaciones que realiza son votados por otros			✓	Comentarios en Facebook y en el blog de los trabajos y portafolios presentados.
	Pensamiento analítico: los estudiantes aportan con nuevos conocimientos		✓		la mayoría dan un visto bueno o malo a los trabajos de sus compañeros o de los videos,

Criterios	Indicadores	UDA			Observaciones
		Cumple	Parcialmente	No cumple	
					sin embargo no hay gran aporte critico
	Capacidad de análisis por parte de los estudiantes		✓		Algunos participantes analizan trabajos realizados por sus compañeros y dan aportes significativos
Actividades	Las actividades diseñadas, indican claramente el objetivo, las pautas para su elaboración y los criterios de evaluación.		✓		Se explican las actividades que se llevarán a cabo en cada módulo, sin embargo no tienen un criterio bajo el cual evaluar
	Formación de comunidades de práctica o grupos de trabajo			✓	No se presentaron en este caso
Recursos educativos abiertos REA	Existe un equilibrio en el número de recursos de cada tipo: formato texto, imágenes, video, audio, animación, artículos de revistas digitales, etc.	✓			Se muestran varios recursos educativos dentro del curso como videos, artículos digitales, imágenes.
Página web	Como soporte de materiales	✓			Presentación en el blog de trabajos, portafolios, bibliografía
	Comunidades		✓		Se logró conectar a los participantes con los entrevistados sin embargo los resultados en el punto 3.3.3 (i) muestran que no se logró una

Criterios	Indicadores	UDA			Observaciones
		Cumple	Parcialmente	No cumple	
					gran conexión entre profesionales del diseño
	Actualizaciones	✓			El blog permanece en constante actualización hasta la fecha
CERTIFICA- CIÓN					
Certificado	De superación de la totalidad de actividades obligatorias del curso	✓			A quienes completaron el curso y enviaron las dos evaluaciones calificadas.

Tabla No 10: Matriz de evaluación del curso cMOOC

Elaborado por: Ochoa Viviana

Los resultados presentados en esta tabla nos permiten identificar si el curso cumple con los parámetros fundamentales para poder ser llamado un cMOOC. Al haber sido de tipo conectivista, se agregaron otros indicadores que nos ayudaron a reconocer si a la vez cumplió con los principios de esta teoría.

A continuación presentaremos los resultados que se obtuvieron:

3.3.1 MOOC: el curso cumplió como tal la estructura de un curso ya que tuvo una estructura orientada al aprendizaje, en este caso se enfocó en el Diseño del Ecuador, dentro de la misma existieron dos evaluaciones al inicio y al final del curso que permitieron acreditar a quienes cumplieron con las mismas.

El curso fue masivo, pues se logró tener más de 1.000 inscritos, lo que supera a la cantidad de un curso presencial y el alcance del mismo fue global, a pesar de que la mayor cantidad de inscritos fueron nacionales.

El curso se dictó con una modalidad a distancia, en línea, bajo el uso de internet como medio de comunicación principal y abierto a todos quienes deseen obtener la información que se encuentra en la página web y en la plataforma.

3.3.2 Estructura: la plataforma Canvas fue utilizada para diseñar el curso Diseño en Ecuador-Haremos Historia, la cual constó de un página de registro, la bienvenida, la Universidad que lo emitió, descripciones del curso, conocimientos requeridos, el cronograma de actividades y el video introductorio.

Los módulos fueron compuestos por videos, los cuales tuvieron una longitud que supera a los de un curso MOOC. En el siguiente cuadro exponemos la duración de los videos. Como podemos observar cada video supera los 20 minutos, lo cual no debía ocurrir puesto que los videos de estos cursos deben tener una longitud máxima de 10 minutos.

Tabla No.11: Duración de videos
Elaborado por: Ochoa Viviana

Número de video	Duración de videos en minutos
video 1	39.04 min.
video 2	17.01 min.
video 3	22.54 min.
video 4	28.55 min.
video 5	24.08 min.
video 6	21.02 min.
video 7	33.32 min.
video 8	25.57 min.
video 9	23.28 min.
video 10	32.37 min.
video 11	22.38 min.
video 12	24.08 min.
video 13	31.15 min.
video 14	28.16 min.
video 15	29.35 min.
video 16	25.59 min.
Total de minutos de los videos	427.49 min.
Promedio de duración de videos	26.72 min.

De acuerdo con (SCOPEO, 2013), un MOOC tiene el siguiente formato en videos:

1. Videos pequeños de corta duración, en dónde se explican las partes que se van a tratar.
2. Videos que se apoyan con contenidos de lectura y unas pequeñas pruebas de autoevaluación en formato tipo test, y unas tareas y actividades cuya evaluación se realiza entre pares, es decir, los miembros de la comunidad educativa del curso, se evalúan entre sí.

En cada módulo existieron foros en los cuales los participantes respondían a una pregunta planteada y daban su opinión, estos fueron los resultados:

Videos	Número de comentarios por video
video 1	13
video 2	313
video 3	277
video 4	133
video 5	189
video 6	121
video 7	78
video 8	84
video 9	58
video 10	0
video 11	48
video 12	51
video 13	35
video 14	26
video 15	25
video 16	25

Tabla No.12: Participación de comentarios en videos
Elaborado por: Ochoa Viviana

Se puede observar que inicialmente (videos 2,3,4,5,6) los participantes aportan con una gran cantidad de comentarios, sin embargo su interés va disminuyendo en el transcurso del curso, donde encontramos tan solo 25 comentarios. Este fenómeno tiene que ver con la cantidad de deserción que existe durante el desarrollo de un curso gratuito de este tipo.

Las evaluaciones de pares (P2P), son uno de los requisitos esenciales de un cMOOC (conectivista). En este aspecto el curso no tuvo un resultado muy positivo, ya que como observaremos en la tabla la cantidad de P2P por video es mínima, pues ninguna supera los 100, haciendo referencia a la cantidad de participantes en el curso.

Estos fueron los resultados de las evaluaciones de pares por video, con un total de 186 participaciones.

Videos	Número de P2P por video
video 1	
video 2	12
video 3	18
video 4	9
video 5	54
video 6	24
video 7	13
video 8	12
video 9	9
video 10	0
video 11	8
video 12	7
video 13	5
video 14	4
video 15	3
video 16	8
Total de P2P	186

Tabla No.13: Evaluaciones de pares
Elaborado por: Ochoa Viviana

3.3.3 Potenciación del MOOC: el alcance que tuvo el curso fue tanto interno como externo. En lo interno se mantuvo contacto con los participantes mediante correos masivos, mientras que en lo externo estuvo la página web del curso, las redes sociales y YouTube.

Dentro del soporte tecnológico, se creó un equipo de apoyo que estuvo trabajando constantemente durante el desarrollo del curso, este equipo fue dirigido por el diseñador Juan Carlos Lazo como se indicó previamente.

3.3.4 Aspectos de forma: En estos gráficos se presentan los resultados de los tiempos de duración de los videos y la cantidad de participación que se logró alcanzar por módulos tanto de foros como de evaluaciones de pares. Como se indicó, los videos superan el tiempo promedio de un curso cMOOC y tanto comentarios como evaluaciones de pares a pesar de que empiezan con fuerza, desde el módulo 4, las participaciones bajan notablemente.

Módulo 0: Introducción	Módulo 1: Sobre el Diseño	Módulo 2: El Diseño en Ecuador	Módulo 3: Referentes de Diseño Ecuatoriano	Módulo 4: El Diseño en Ecuador: Hacia dónde debe ir
-Video de presentación del curso -Publicitario Duración: 2:18 min Tarea1 P2P: 110	Primera semana: Video 1 Duración 39:04 min Comentarios foro 13 Evaluación de pares -- Video 2 Duración 17:01 min Comentarios foro 313 Evaluación de pares 12 Video 3 Duración 22:54 min Comentarios foro 277 Evaluación de pares 18 Video 4 Duración 28:55 min Comentarios foro 133 Evaluación de pares 9 CIERRE SEMANA 1	Segunda semana: Video 5 Duración 24:08 min Comentarios foro 189 Evaluación de pares 54 Video 6 Duración 21:02 min Comentarios foro 121 Evaluación de pares 24 Video 7 Duración 33:32 min Comentarios foro 78 Evaluación de pares 13 Video 8 Duración 25:57 min Comentarios foro 84 Evaluación de pares 12 CIERRE SEMANA	Tercera semana: Video 9 Duración 23:28 min Comentarios foro 58 Evaluación de pares 9 Video 10 Duración 32:37 min Comentarios foro -- Evaluación de pares -- Video 11 Duración 22:38 min Comentarios foro 48 Evaluación de pares 8 Video 12 Duración 24:08 min Comentarios foro 51 Evaluación de pares 7 CIERRE SEMANA 3	Cuarta semana: Video 13 Duración 31:15 min Comentarios foro 35 Evaluación de pares 5 Video 14 Duración 28:16 min Comentarios foro 26 Evaluación de pares 4 Video 15 Duración 29:35 min Comentarios foro 25 Evaluación de pares 3 Video 16 Duración 25:59 min Comentarios foro 25 Evaluación de pares 8 CIERRE SEMANA 4

Gráfico No.13: aspectos de forma
Elaborado por: Ochoa Viviana

Conclusiones

- Los cursos MOOC tienden a cifras de alto porcentaje de deserción, en este caso fue del 77%. Por ello las tablas indican una mayor participación al inicio que al final.
- La mayor cantidad de participantes de este curso fueron estudiantes de pregrado de entre 24 y 45 años, este dato indica que este tipo de cursos funcionan en estudiantes universitarios.
- Se logró un registro de 56 universidades entre los participantes inscritos, lo que es muy alentador si recordamos el tipo de plataforma y promoción utilizada.
- Según los encuestados el curso les sirvió principalmente para motivarles a ser mejores diseñadores o arquitectos, este dato es positivo, ya que el curso logró tocar la motivación de los participantes a ser mejores en su área de estudio- trabajo.
- Al 72% de los encuestados les cambió su apreciación de diseño luego del curso, lo que demuestra que este tipo de curso pueden incentivar a los participantes a tener una mejor imagen sobre lo que se hace dentro de su área en el país.
- Los materiales de apoyo del MOOC como el blog y la página de Facebook, fueron un gran apoyo publicitario para el curso y sirvieron como canal de difusión para compartir los trabajos de los participantes y entrevistados. Algunos de ellos tuvieron un gran impacto en las redes, creando una auto-promoción de sus trabajos.
- Dentro de las recomendaciones principales dadas por los participantes del curso, fue que los videos tuvieron una duración muy larga. Esto coincide con los aspectos de que un curso cMOOC debe estar compuesto por videos cortos y atractivos.
- La participación en foros (comentarios) superó notablemente a las evaluaciones de pares (P2P), lo que demuestra que no se cumplió con el aspecto de evaluación entre pares y de la creación de contenido entre los mismos, otro fundamento de un cMOOC.
- Los videos del curso no cumplieron con el parámetro establecido de un MOOC de tener una corta duración.
- Muchos de los resultados negativos en la participación puede deberse a que el 60% nunca antes había participado en un curso MOOC.

Capítulo 4: Educomunicación y conectivismo en el cMOOC de la UDA

En el capítulo No.1 se mencionaron los conceptos de educomunicación y de los principios conectivistas. Uno de los principales aportes de esta investigación, fue lograr encontrar una relación entre ambos, e identificar si éstos fueron aplicados en el curso cMOOC de la Universidad del Azuay.

Después del amplio análisis del curso que se realizó, se logró encontrar relaciones entre estos conceptos de educomunicación y principios conectivistas, como por ejemplo: lograr un aprendizaje colaborativo y diversidad de opiniones mediante redes de conexión, que es lo que a su vez fundamenta los cMOOC.

“Se basa en concebir a la educación como proceso de socio construcción” (Huamán, Seclén, & Flores, 2013), permitiendo la interacción entre los mismos participantes para así, dar paso a diferentes perspectivas y desarrollar tolerancia en torno a la diversidad de opiniones y pensamientos.

En este capítulo se argumenta que para desarrollar un cMOOC, es necesario aplicar conceptos tanto educomunicacionales, como principios conectivistas, con el fin de alcanzar la construcción colectiva de conocimiento, mediante una comunidad de aprendizaje que se forma dentro del curso.

Estas relaciones se encontraron en las diferentes actividades del curso como: foros, comunidades de aprendizaje⁶, conexiones de nodos⁷, evaluaciones de pares⁸, aporte de conocimientos; entre otros, que fueron aplicados en este curso.

Para resumir estos conceptos (educomunicación y principios conectivistas) dentro del curso, se logró una matriz en base teórica y bajo la observación minuciosa de la estructura y participación en el cMOOC; para lograr validar y demostrar las características educomunicacionales y conectivistas que se hallaron.

⁶ Grupo de personas que aprende en común, utilizando herramientas comunes en un mismo entorno. <http://www.um.es/ead/red/6/comunidades.pdf>

⁷ Punto de intersección, conexión o unión de varios elementos que confluyen en el mismo lugar. En redes de computadoras, cada una de las máquinas es un nodo, y si la red es Internet, cada servidor constituye también un nodo. WIKI

⁸ Forma específica de aprendizaje colaborativo en el que los aprendices realizan una valoración sobre el proceso o producto de aprendizaje de todos o algún estudiante o grupo de estudiantes. REVISTA EDU

4.1 Matriz: Educomunicación y conectivismo

Eloína Castro Lara en su artículo “El paradigma latinoamericano de la Educomunicación”, aporta con un enfoque del desarrollo de la educomunicación en Latinoamérica viéndolo como un campo para la transformación social que pretende la gestión de conocimiento en una red: compartida, bidireccional, dialogal, democrática y equitativa (Castro, 2011).

Por otro lado, se ha tomado los principios conectivistas de George Siemens, de su artículo “Conectivismo: Una teoría de aprendizaje para la era digital” en el que el autor define al conectivismo como “la integración de principios explorados por las teorías de caos, redes, complejidad y auto-organización” (Siemens, 2007).

De estos conceptos se ha logrado una analogía, la cual será contrastada con el curso cMOOC Diseño en Ecuador, para alcanzar el objetivo principal de esta investigación que es: determinar el efecto educomunicacional del cMOOC lanzado por la Universidad del Azuay.

A continuación la matriz:

EDUCOMUNICACION	CONECTIVISMO	cMOOC UDA
1. Implica la construcción colectiva del conocimiento- estrategias y métodos que desarrollen el coeficiente comunicativo	Aporte de conocimientos	➤ Entrevistas a expertos en diseño y arquitectura. ➤ Participación en los foros ➤ Evaluaciones de pares
2. Comunicación subjetiva- libertad de opiniones- paradigma bidireccional - coeficiente comunicativo	Diversidad de opiniones	➤ Entrevistados de diferentes ciudades del país y expertos en diferentes áreas ➤ Diversidad de fuentes ➤ Multidisciplinar enfocada a una actividad el diseño ➤ Evaluación de pares
3. Diseña acciones concretas para la edificación de ecosistemas comunicativos que permitan el cambio horizontal	Conexión de nodos	➤ Contactos con otros participantes del MOOC de diferentes ciudades y universidades ➤ Antes y después del curso cuantos diseñadores reconocen ➤ Contactos con expertos de diseño
4. Creación, reforzamiento y desarrollo de ecosistemas comunicativos abiertos y dialógicos, favorecedores del aprendizaje colaborativo	Alimentación y mantenimiento de las conexiones	➤ Foros- evaluación de pares ➤ Información en el blog con trabajos de participantes que siguen enviando trabajos ➤ Portafolios ➤ Comentarios
5. Intercambio entre iguales produce un aprendizaje más auténtico y significativo- reconocimiento del otro	Conexiones entre áreas, ideas y conceptos	➤ Intercambio de opiniones sobre el diseño en Ecuador ➤ Reconocimiento a quienes enviaron sus trabajos ➤ Entrevistados reconocen trabajos de colega y hacen referencias halagadoras

EDUCOMUNICACION	CONECTIVISMO	cMOOC UDA
6. Nuevas tecnologías como canales y herramientas que potencian la retroalimentación, participación e interacción para construir conocimientos	Actualización de conocimientos	➤ Blog y entrevistas ➤ Plataforma ➤ Redes sociales
7. Implica la involucración en la producción colectiva de conocimiento que genera nuevas herramientas: conceptuales, valorativas, técnicas y modifica prácticas conductuales	Toma de decisiones	➤ Valoración del diseño ecuatoriano por parte de entrevistados y participantes después del curso ➤ Ejemplos de trabajos publicados ➤ 100 artículos enviados ➤ 9 portafolios ➤ el curso crea identidad sobre los trabajos de diseño hechos en Ecuador.

Tabla No.14: Matriz de contraste: educomunicación, conectivismo en el cMOOC de la UDA
Elaborado por: Ochoa Viviana

4.1.1 Análisis de la matriz

1. El curso logró una construcción colectiva del conocimiento, estrategias y métodos para desarrollar el coeficiente comunicativo mediante las entrevistas y foros. Las entrevistas fueron un aporte al conocimiento, ya que los invitados expertos en diferentes áreas del diseño, compartieron sus conocimientos y experiencias a los oyentes.

Los foros fueron una fuente de opinión para los participantes que aportaron en la construcción de conocimiento, que permitió el desarrollo del coeficiente comunicativo entre los mismos.



Imagen No.8: comentarios de los participantes

Elaborado por: blog Diseño en Ecuador

2. Dentro del principio conectivista, encontramos la diversidad de opiniones que se combina con apartados educacionales de comunicación subjetiva, libertad de opiniones, paradigma bidireccional y coeficiente comunicativo, mediante entrevistas realizadas a expertos en diferentes áreas del diseño de diferentes ciudades del país, cada uno aportó con diversidad de temas y opiniones. La evaluación de pares se encuentra en los foros y tareas que permitió la diversidad de opiniones entre los participantes.

	nada	un poco	lo suficiente	bastante	mucho	Total	Promedio ponderado
	3,61% 3	21,69% 18	42,17% 35	15,66% 13	16,87% 14	83	3,20
	1,20% 1	14,46% 12	40,96% 34	33,73% 28	9,64% 8	83	3,36
	2,47% 2	14,81% 12	34,57% 28	32,10% 26	16,05% 13	81	3,44
	6,02% 5	21,69% 18	36,14% 30	26,51% 22	9,64% 8	83	3,12
	1,18% 1	11,76% 10	27,06% 23	32,94% 28	27,06% 23	85	3,73
	2,44% 2	7,32% 6	26,83% 22	25,61% 21	37,80% 31	82	3,89
	0,00% 0	2,35% 2	34,12% 29	37,65% 32	25,88% 22	85	3,87
	0,00% 0	2,35% 2	16,47% 14	30,59% 26	50,59% 43	85	4,29
	1,19% 1	8,33% 7	27,38% 23	36,90% 31	26,19% 22	84	3,79

Imagen No.9: diversidad de entrevistados

Elaborado por: blog Diseño en Ecuador

3. Se logró la edificación de ecosistemas comunicativos que permitieron el cambio horizontal mediante la conexión de nodos entre los participantes que pudieron conectarse mediante este curso entre ellos y a la vez con los entrevistados que transmitieron sus conocimientos a través de los videos.
4. La creación, reforzamiento y desarrollo de ecosistemas comunicativos abiertos y dialógicos, favorecedores del aprendizaje colaborativo se dieron mediante la plataforma que permitió este tipo de comunicación entre los participantes de diferentes edades y áreas. La alimentación y mantenimiento de las conexiones de quienes decidieron inscribirse en el curso se dio mediante el blog, en el cual se siguen enviando trabajos, portafolios, comentarios, etc.
5. Al haber sido un curso enfocado en el diseño, permitió que exista un intercambio entre iguales que produce un aprendizaje más auténtico y significativo; pero a la vez, también se dio un aporte de conocimientos de diferentes áreas del diseño (gráfico, textil, arquitectónico), que permitió una conexión entre áreas, ideas y conceptos. Lograr esto permitió que se dé un reconoci-

miento de los expertos que abordaron diferentes temas del diseño, y de quienes enviaron sus trabajos, los cuales tuvieron una gran acogida tanto en el blog como en Facebook.

6. El curso se desarrolló mediante nuevas tecnologías como canales (plataforma) y herramientas (blog, Facebook, YouTube), que potenciaron la retroalimentación, participación e interacción para construir conocimientos entre participantes, permitiendo que exista una rápida comunicación e interacción para lograr una actualización de conocimientos.



Imagen No.10: logos de redes sociales
Elaborado por: web

7. El curso también logró la involucración en la producción colectiva de conocimiento que genera nuevas herramientas: conceptuales, valorativas, técnicas y modifica prácticas conductuales. Por ejemplo, la valoración del diseño ecuatoriano que se logró mostrar mediante redes como Facebook y el blog, con los aportes de los estudiantes sobre lo que se ha hecho y se está haciendo en el país en los campos del diseño y la arquitectura:

“Los trabajos son capaces de recordar referentes de diseño ecuatoriano que eran prácticamente desconocidos para ellos antes de iniciar el curso” (Lazo J. C., 2014).

Entre los trabajos presentados con mayor visualización encontramos:

Petroglifos en la provincia de Loja

Autor: Carolina Molina de la UTPL

Alcance 9,600/ 1300 likes/ 380 compartidos



Casa NINA HUASI

Autor: Patricia Huiracocha

Alcance 1,695/ 8 likes/ 12 compartidos

Esteban Salgado

Autor: Juan Carlos Lazo

Alcance 2,868/ 195 likes/ 202 compartidos



4.2 cMOOC como educación virtual y aporte en el conocimiento de los participantes

En el primer capítulo se mencionó a la educación virtual como “la forma de enseñanza basada en las nuevas tecnologías de la información y comunicación como el internet, que permite una educación a distancia mediante: plataformas, blogs, páginas web, entre otros”.

El curso cMOOC- Diseño en Ecuador, al haber sido creado bajo una plataforma (Canvas), con su propia página web y la utilización de redes sociales como Facebook y YouTube, hace que se cumpla con las expectativas de una educación virtual. El curso estuvo en los estudiantes “para crear un aprendizaje más independiente, pero a la vez colaborativo y efectivo” (Salvat, Bautista, & Borges, 2011). Esto se logró mediante los principios conectivistas de Siemens que estuvieron introducidos en el curso y permitieron una comunicación horizontal “entre los propios participantes en los procesos de formación” (García, Historia de la Educación a Distancia, p. 5).

Para reconocer y analizar si el curso aportó en el conocimiento de los participantes tomaremos algunos de los resultados presentados en el capítulo anterior sobre la apreciación del curso:

4.2.1 ¿El curso te ha servido para?

Los participantes consideraron que el curso les sirvió mucho en tres aspectos:

- Entender mejor la profesión: en este caso sobre el diseño y sus distintas áreas..
- Conocer referentes: los participantes conocieron a los diferentes entrevistados, expertos de cada área, que presentaron sus opiniones sobre el diseño. Además fue importante la evaluación de pares que se realizó entre los participantes ya que permitió conocer una variedad de opiniones y críticas sobre los temas tratados.
- Motivarse a ser mejor diseñador o arquitecto: éste es un aspecto positivo, ya que además de cumplir con el curso, se logró que los participantes conozcan sobre el potencial del diseño en Ecuador a través de videos y diferentes trabajos.

Otro dato positivo de la encuesta realizada, fue que el 60% de los participantes, están muy de acuerdo con que el curso puede ser un modelo educativo para su

Universidad o Trabajo, este dato refleja que más de la mitad de quienes finalizaron el cMOOC, lo ven como un modelo educativo positivo, capaz de ser replicado.

Al preguntar a los participantes sobre su evaluación del MOOC Diseño en Ecuador, el 75% tuvo una MUY buena aceptación del curso, en aspectos de: recomendar este curso, de que cumplió con sus expectativas y con el mayor puntaje de que consideran que los MOOCs tienen potencial en el Ecuador.

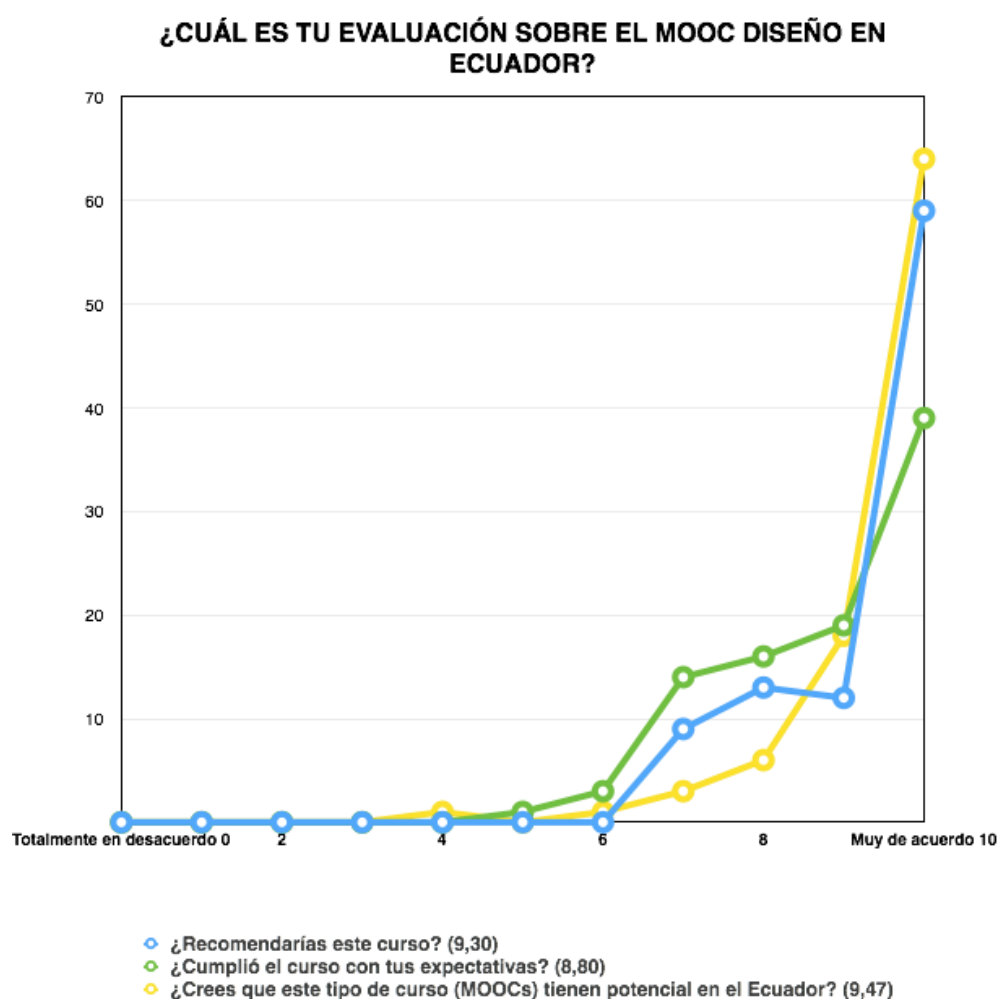


Gráfico No.14: evaluación del MOOC
Elaborado por: Survey Monkey

Finalmente, se logró obtener opiniones y comentarios de 44 participantes del curso.

- 36 comentarios fueron positivos y felicitan la iniciativa del curso:

“Es una idea muy innovadora este curso en línea, ya que ahora se habla mucho de la tecnología y qué mejor que poder reunir a tantos diseñadores, arquitectos para que nos den su opinión y poder conocer más de ellos, para mí fue una buena experiencia, fue como haber tenido una charla con cada uno de los invitados. Y es tiempo de comenzar a pensar diferente y Hacer Historia”. – Participante del MOOC (Anónimo) (Blog- Diseño en Ecuador, 2014).

- 9 comentarios fueron críticas del curso, entre los que se menciona lo siguiente:

- Foros debe ser más participativos
- Entrevistados con mayor conocimiento de otras áreas del diseño
- Aportar en otras áreas de diseño que no se tocaron
- Mayor publicidad del curso
- Mejorar la producción de los videos en cuanto al audio, sonido y duración.
- Mejorar la metodología del curso en cuanto a tareas y actividades más dinámicas.
- Mostrar más imágenes durante los videos con los ejemplos que dan los expositores

4.3 Haremos Historia: una contribución al posicionamiento de la Universidad del Azuay

En la ciudad de Cuenca, a mediados del año 2014, el profesor Juan Carlos Lazo, profesor de la Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay, como parte de su proyecto de investigación de doctorado crea el primer curso MOOC lanzado por una Universidad cuencana.

El profesor Lazo, comenta que este curso también fue parte de un homenaje de celebración de los 30 años de la Facultad de Diseño, la cual se fundó en 1984 (1989) en Cuenca, siendo la primera universidad con titulación en diseño del país. Actualmente la Universidad del Azuay oferta 6 carreras: Diseño Gráfico, Arquitectura, Diseño de Interiores, Diseño Textil y Moda, Diseño de Objetos y la Licenciatura en Arte Teatral. Con cerca de 1.000 estudiantes, es una de las facultades de diseño más grandes del país (Blog- Diseño en Ecuador, 2014).

La Universidad del Azuay y su Departamento de Educación Continua diseña, desarrolla, oferta y evalúa productos y/o servicios académicos que inciden en la actualización, capacitación, superación, formación y entrenamiento de todos los sectores sociales que tienen o no acceso a un sistema universitario, a través del desarrollo de actitudes, aptitudes y competencias centrales.

Estos programas inciden también en el desarrollo interno de la Universidad, optimizando los recursos humanos (talentos) y de infraestructura existentes, al tiempo que se crea una cultura en aspectos prioritarios tanto a nivel local, regional y nacional que propicie la realización individual y social. " (Educación Continua, Universidad del Azuay)

El curso invitó a estudiantes, profesionales y amantes del diseño y arquitectura del país y del mundo a conocer, investigar, mostrar y debatir acerca del diseño ecuatoriano.

La invitación se extendió a treinta universidades de diez provincias del país, a empresas relacionadas con el diseño y a través de las redes sociales se ha hecho un gran esfuerzo para que llegue a la mayor cantidad de posibles interesados. (Cadena Radial Vision, 2014).

El curso contó con la participación especialmente de universidades ecuatorianas, entre las que destacaron:

Universidades ecuatorianas en el cMOOC- Diseño en Ecuador	Porcentaje de participación
UDA	27%
ESTATAL	8%
ESPOCH	8%
TÉCNCA DE AMBATO	5%
ESPOL	5%
UTPL	4%

Tabla No.15: Participación de universidades ecuatorinas en el curso
Elaborado por: Ochoa Viviana

En la encuesta realizada a los participantes, se pidió que nos diesen su apreciación de la Universidad del Azuay una vez finalizado el curso sobre 10 puntos; siendo 0 malo, y 10 excelente. Las respuestas fueron alentadoras, ya que los promedios se mantienen sobre 8 puntos en cuanto al nivel académico, tecnológico, su prestigio y la Facultad de Diseño de la Universidad. Sin embargo, es importante reconocer que la mayor cantidad de participantes que finalizaron el curso son estudiantes de la Universidad del Azuay, lo que influye en los resultados.

Niveles de apreciación de la UDA	Promedios de apreciación calificados sobre 10
Nivel académico	8,75
Nivel tecnológico	8,50
Prestigio	8,73
Facultad de diseño	8,73

Tabla No.16: apreciación de los encuestados de la UDA después del curso
Elaborado por: Ochoa Viviana

4.3.1 Impacto en medios de comunicación del curso cMOOC Diseño en Ecuador: Haremos Historia

La Universidad del Azuay como auspiciante del evento por intermedio del Departamento de Comunicación de la Universidad, se encargó de realizar la publicidad interna como externa del curso. Internamente se crearon notas del curso, las cuales fueron subidas a la página web y redes sociales de la Universidad.

“Todo el diseño de Ecuador en un solo espacio, arranca el Evento “Diseño en Ecuador: Haremos Historia”.

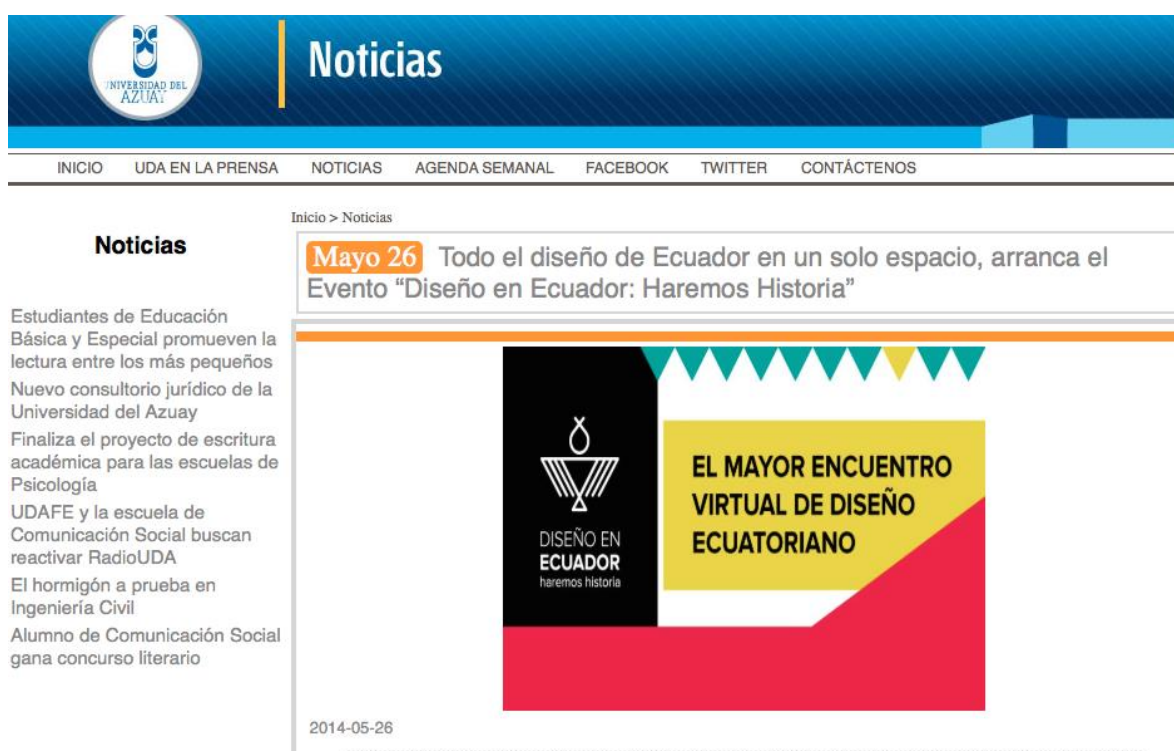


Imagen No.11: Noticias publicadas del curso en la página web de la UDA
Elaborado por: página web de la UDA

La Universidad ayudó también en la promoción de la página web y redes sociales propias del curso, las cuáles fueron fundamentales para promocionar el curso y lograr obtener la mayor cantidad de participantes y también gracias al blog, se logró detectar la interacción en la página de otros países como: Argentina (3%), Colombia (2,88%), E.E.U.U. (3%), España (3%), Perú y México (2%) y Ecuador (76%).

Una vez lanzado el curso, se registraron publicaciones no pagadas y noticias de varios medios tanto digitales como impresos de dentro y fuera del país, que comenzaron a crear noticias sobre el evento.

A continuación presentamos las notas más relevantes que se encontraron:

- La Red Latinoamericana de Diseño publicó el 23 de mayo del 2014: **Empieza "Diseño en Ecuador - Haremos historia"**

Todas las publicaciones de blog Mi Blog + Agregar

EMPIEZA "DISEÑO EN ECUADOR - HAREMOS HISTORIA"
Publicado por Interdesign, antes ProDiseño el mayo 23, 2014 a las 5:00pm Ver blog

Bienvenido a Red Latinoamericana de Diseño
Registrarse o **Inicia sesión**
Or sign in with: f g+ v

DISEÑO EN ECUADOR
haremos historia

SÉ PARTE DEL MAYOR CURSO EN LÍNEA DEL PAÍS

Hablemos de diseño
Sabemos que en Ecuador existe diseño de calidad. Ahora queremos demostrarlo.

INICIA EL 26 DE MAYO YA PUEDES UNIRTE **INSCRÍBETE GRATIS AQUÍ**

La Universidad del Azuay organiza este evento de cuatro semanas para participar on-line. Pueden inscribirse diseñadores de cualquier país. Interesante ejercicio para cualquiera que este interesado en conocer no solo el diseño ecuatoriano sino la propuesta del evento.

Diseño en Ecuador: Haremos historia

DISEÑO EN ECUADOR
haremos historia

inscríbete

DIALOGAREMOS CON CREATIVOS DE TODO EL PAÍS
APRENDEREMOS DE LOS MEJORES
INVESTIGAREMOS JUNTOS
EN EL MAYOR CURSO EN LÍNEA DE DISEÑO ECUATORIANO
Obtén un certificado por la Universidad del Azuay

especialización de **GERENCIA de DISEÑO** promoción 32 inicio febrero 2015 SNIES 7689
"Para la innovación no basta tener buenas ideas sino saber llevarlas a cabo. Para eso sirve la gestión de diseño"
Gestión Creativa
Valores de diseño
Pensamiento estratégico
Tel. 242 70 30 ext. 3710-3751
jorge.delcastillo@utadeo.edu.co
miembros del ICSID International Council of Students of Design **UTADEO**

Miembros

Tarifas 2015

Tarifas de Publicidad 2015

Imagen No.12: Nota del curso en la página web de la Red Latinoamericana de Diseño

Elaborado por: página web de la Red Latinoamericana de Diseño

Link: <http://redisenio.ning.com/profiles/blogs/empieza-diseno-en-ecuador-haremos-historia>

- Cadena Radial Visión en su página web publica el 23 de mayo de 2014:
UDA anfitriona del encuentro virtual "Diseño en Ecuador: Haremos Historia"



Imagen No.13: Nota del curso en la página web de Cadena Radial Visión
Elaborado por: página web de Cadena Radial Visión

Link:

http://www.cadenaradialvision.com/index.php?option=com_content&view=article&id=6529:uda-anfitriona-del-encuentro-virtual-qdiseno-en-ecuador-haremos-historiaq-&catid=8:eventos&Itemid=7

- Diario el Mercurio publica el 27 de mayo del 2014: **“Diseñadores comparten ideas a través de la web”** Diseñadores comparten ideas a través de la web”. La noticia apareció en el periódico como en la página web del diario.



Imagen No.14: Nota del curso en diario el Mercurio
Elaborado por: Diario el Mercurio

Diseñadores comparten ideas a través de la web

Publicado el 2014/05/27 por CSM



El evento "Diseño en Ecuador: Haremos Historia" en el que se han registrado 1.700 personas ligadas al ámbito del diseño en el país inició ayer. Se trata de un "megaencuentro online" mediante el portal web: www.haremoshistoria.net.

El objetivo es conocer el diseño que se desarrolla en Ecuador y reunir a la mayor cantidad de

Imagen No.15: Nota en la web de diario el Mercurio
Elaborado por: Diario el Mercurio

Link: <http://www.elmercurio.com.ec/432988-megaencuentro-online-de-diseno-con-la-u-del-azuay/#.VEq6-L7nmYV27-05-2014>

- Diario La tarde publica el 23 de mayo 2014: **UDA anfitriona del encuentro virtual “Diseño en Ecuador: Haremos Historia”**



Imagen No.16: Nota del curso en diario la Tarde
Elaborado por: Diario la Tarde

- Diario el Tiempo publica: **“Diseño en Ecuador se cumple en UDA” el 27 de mayo de 2014**



Imagen No.17: Nota del curso en diario el Tiempo
Elaborado por: Diario el Tiempo

- El 26 de mayo de 2014 Diario el Tiempo publica: “**Encuentro académico**”

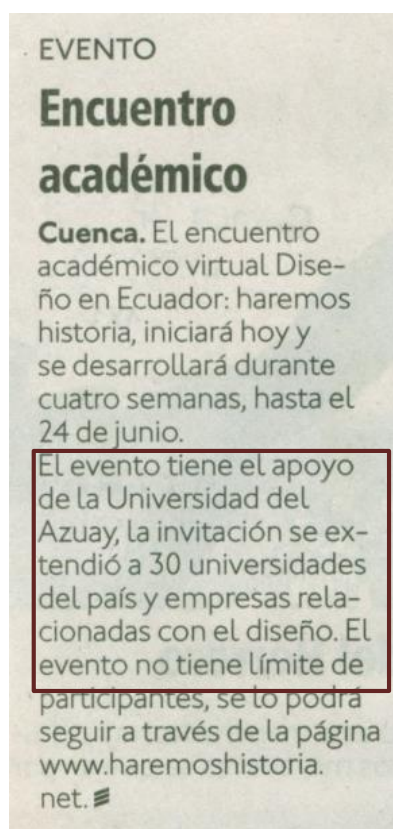


Imagen No.18: Nota del curso en diario el Tiempo
Elaborado por: Diario el Tiempo

- Diario el Mercurio publica el 26 de mayo de 2015: “**Encuentro**”

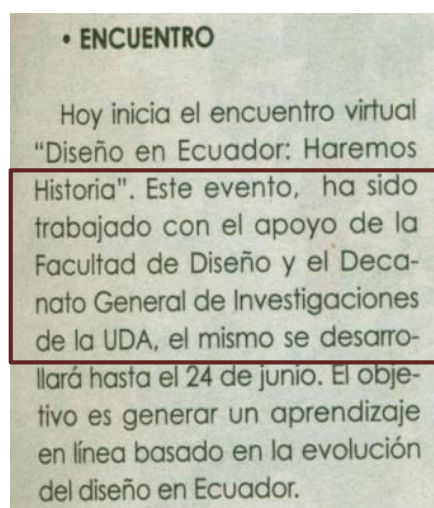


Imagen No.19: Nota del curso en diario el Mercurio
Elaborado por: Diario el Mercurio

4.3.2 Free-press en medios escritos

A continuación se presenta una tabla que cuantifica el número de módulos y el valor unitario y total de las noticias publicadas en diferentes diarios de la ciudad. Este costo es conocido como Free-press que se entiende como la acción estratégica de relaciones públicas para lograr un buen concepto de los periodistas sobre cierto tema, en el caso del curso MOOC lanzado por la Universidad del Azuay estos fueron los resultados:

Título de la noticia	Diario	Fecha de publicación	Tipo	Sección	# de módulos	Costo por módulo	Costo total
Diseñadores compar-ten ideas a través de la web	El Mercurio	27/05/2014	Ordinario-blanco y negro	Cuenca 6A	8	26,36	210,88
UDA anfitriona del encuentro virtual "Diseño en Ecuador: Haremos Historia"	La Tarde	23/05/2014	Ordinario-blanco y negro	Información pág. 08	6	8,25	49,5
Diseño en Ecuador se cumple en UDA	El Tiempo	27/05/2014	Ordinario-blanco y negro	Novedades 5B	4	15,3	61,2
Encuentro académico	El Tiempo	26/05/2014	Ordinario-blanco y negro	Cuenca 3A	2	15,3	30,6
Encuentro	El Mercurio	26/05/2014	Ordinario-blanco y negro	Cultura 5A	1	26,36	26,36
TOTAL					21		\$378.54

Tabla No.17: Clipping del curso cMOOC- Diseño en Ecuador
Elaborado por: Ochoa Viviana

Es importante recalcar que este valor (\$378.54) representa la cantidad de dinero que la Universidad ahorro en publicidad por el Free-press que se presenta únicamente cuando el diario considera que la noticia es de relevancia e interés público.

4.3.3 Invitación a evento: CROMIA

Es importante destacar que el proyecto Diseño en Ecuador - Haremos Historia, fue seleccionado por el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador, a través de la Dirección de Emprendimientos e Industria de Diseño y Artes Aplicadas en convocatoria "LOS 100 DE CROMIA", que selecciona proyectos emblemáticos de diseño del país, con la finalidad de apoyar a diseñadores y diseñadoras a nivel nacional, y así contar con una estrategia de promoción a nivel nacional e internacional" CROMIA.

4.4 Contribución del curso al posicionamiento de la Universidad

Como se indicó en el primer capítulo posicionar un producto en un mercado es dotarle de unas características que lo diferencian del resto de la oferta” (Esteban, 2005). Al ser los cursos MOOC una nueva forma de enseñanza gratuita, online y aplicadas por las mejores universidades del mundo, es un factor positivo para cualquier universidad que se sume a esta iniciativa.

“El diseño y desarrollo de materiales universitarios on-line, son considerados como uno de los aspectos claves para el éxito de la innovación y mejora de la calidad de la enseñanza superior” (Navarra, Saigi, & Duart, 2004).

El curso cMOOC lanzado por la Universidad del Azuay, cumple con las características del posicionamiento (Kotler, 1995) como:

- **Importante**, ya que se lanzo un curso online gratuito, abierto a todos quienes se interesen en el tema y puedan realizar minería de datos.
- **Distintivo**, puesto que son pocas las universidades en el Ecuador que ofrecen estos cursos.
- **No imitable**, ya que es el primer curso cMOOC lanzado en el país que recoge tanta información sobre el Diseño hecho en el país.
- **Comunicable y comprensible** para los consumidores, el curso logró llegar a más de 1,000 estudiantes y profesionales del diseño alrededor del país, entregando cantidad de información y material recolectado y generado por los participantes.
- El curso al ser gratuito pudo ser **rentable** para cualquier interesado, sin embargo los MOOCs no buscan generar ingresos hacia la universidad.

De los tres niveles que (Esteban, 2005) presenta, considero que el curso cMOOC-Diseño en Ecuador puede encontrarse dentro del nivel **desde la dimensión producto**, ya que la Universidad del Azuay es una de las pocas universidades en el país en interesarse en crear y lanzar públicamente un curso MOOC para la ciudad y el país

Sin embargo un dato que no fue tan positivo para la Universidad del Azuay en cuanto a su posicionamiento, fue que tan solo el 60% de quienes finalizaron el curso reconocieron a la UDA como auspiciante del curso, mientras que el 40% dice no reconocer quien lo auspició.



Gráfico No.15: Reconocimiento de la UDA como auspiciante del curso

Elaborado por: Survey Monkey

Este dato demuestra que la contribución del curso cMOOC- Diseño en Ecuador no contribuyó en gran medida a la Universidad, pues si bien se logró crear un curso MOOC que cumplió con todas las características del mismo y logró recoger una gran cantidad de información relevante sobre el diseño, muchos de quienes participaron no reconocieron a la Universidad como su auspiciante.

4.5 Futuro de los MOOCS en Ecuador

Países como Estados Unidos, India, China han implementado estos cursos MOOC como “un tipo de docencia que pudiera ser la solución a los problemas de la educación superior en los EE.UU. y en el resto del mundo (derivados de la situación económica, pero también relacionados con cuestiones de legitimidad académica y el uso de las nuevas tecnologías)” (Méndez, Diseño e Implementación de MOOC: expectativas y consideraciones Prácticas, 2013); sin embargo en países latinoamericanos el porcentaje de implementación de estos cursos es mínimo. Como observamos en este gráfico realizado por la National University Technology Network (NUTN), aparecen porcentajes altos de algunos países (USA, India, China, Australia, UK, etc.) pero más de 50 países (*various countries*) obtienen tan solo el 0.98% del porcentaje de los 58 países.

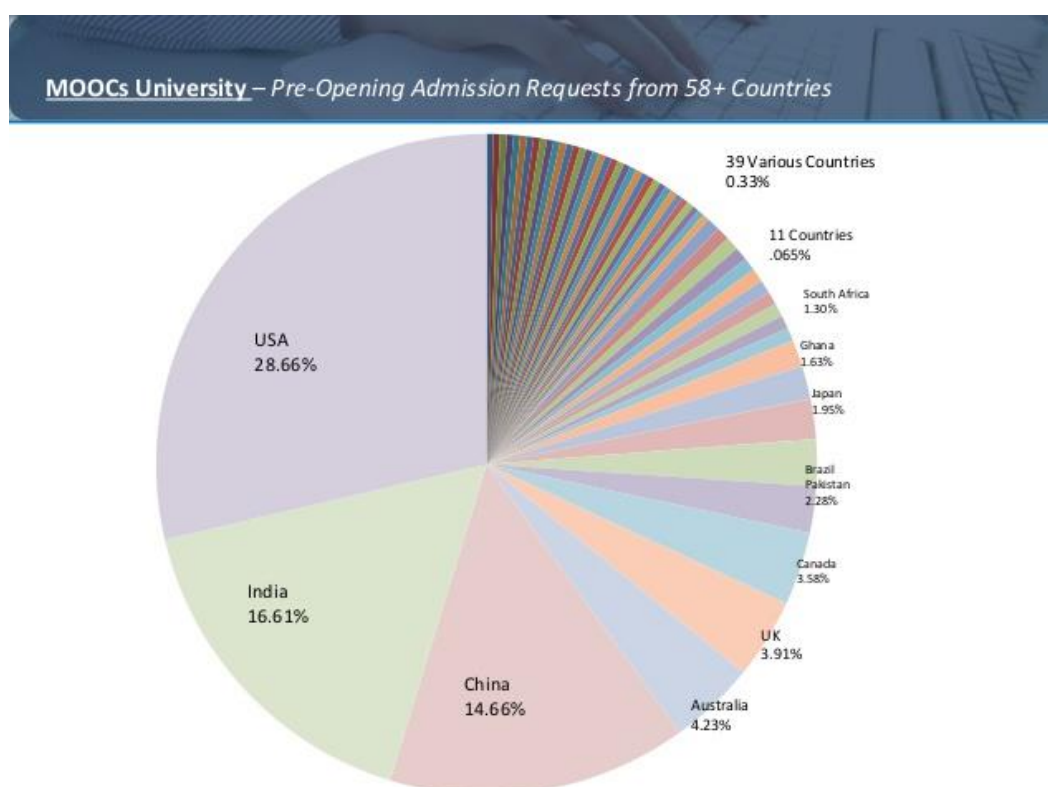


Imagen No.20: MOOCs en universidades alrededor del mundo
Elaborado por: National University Technology Network (NUTN)

En Ecuador se ha implementado la plataforma UPEX <https://www.upex.edu.ec/> del Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN), que oferta cursos MOOC para “garantizar la soberanía cognitiva, tecnológica y cultural de los pueblos del Ecuador y siguiendo las directrices del Plan Nacional del Buen Vivir” (UPEX, 2013)



Según el Diario del Telégrafo asegura que esta plataforma tendrá una “capacidad para formar hasta 500.000 usuarios anuales, generando la oportunidad de alcanzar por primera vez al 100% de los servidores públicos a escala nacional, con cursos del más alto nivel académico, desde sus puestos de trabajo” (El Telégrafo, 2014)

Ésta es la única plataforma propia de Ecuador que se logró encontrar. De ahí se conoce que algunas universidades del país han lanzado cursos bajo otras plataformas, sin embargo no se ha logrado hallar mucha información sobre las mismas.

En el País se debe experimentar con los “MOOC” y trabajar para elevar el nivel de educación de la población, ya que al tener un carácter gratuito y abierto es un factor positivo para incrementar el número de participantes. Sabiendo que primero será necesario crear usuarios de la tecnología, que es la base instrumental de esta modalidad de educación.

Este paso hacia la educación virtual permite acortar las brechas de tiempo, distancia, ocupación o edad de los estudiantes y nos acerca definitivamente hacia el servicio de excelencia que exige el futuro; pues solo si se invierte en el talento humano se garantizará que se profundicen los cambios realizados para alcanzar plenamente el Buen Vivir. (El Telégrafo, 2014)

Capítulo 5: Conclusiones

- La educomunicación logra tener una estrecha relación con los principios conectivistas que fundamentan el cMOOC, en varios aspectos como:
 - La edificación de ecosistemas comunicativos que permitieron el cambio horizontal mediante la conexión de nodos entre los participantes a través del curso.
 - La construcción colectiva de conocimientos a través de evaluaciones de pares entre los participantes.
 - Diversidad y libertad de opiniones mediante foros y comentarios.
 - Medios digitales como canales para la retroalimentación, participación e interacción para construir conocimientos.
- Los efectos educomunicacionales que se encontraron en el curso son:
 - La utilización de REA (recursos educativos abiertos) refiriéndonos a toda la información recolectada durante el curso, que está disponible gratuitamente en el blog y Facebook, a todos quienes gusten realizar minería de datos sobre el diseño hecho en el Ecuador.
 - El internet como medio de comunicación principal del curso, logró crear una red de participación y formación de conocimientos entre alumnos y expertos.
 - Al ser el MOOC de tipo conectivista (cMOOC), se permitió que los estudiantes tengan una participación más activa y analítica, siendo ellos quienes creen contenido y aporten con sus opiniones e ideas.
- El curso logró tener 2.115 inscritos a pesar de haber sido creado bajo una plataforma “oculta”. 610 iniciaron el curso y 139 lo finalizaron y 110 recibieron el certificado de aprobación del curso.
- Tomando en cuenta los datos de cuantos iniciaron el curso (610) y cuantos finalizaron (139), encontramos una tasa de abandono del 22%. Estas altas tasas de abandono son comunes en los cursos MOOC, ya que la responsabilidad de la formación se coloca en manos del alumno, que debe decidir frente a una situación inesperada entre lo importante y lo apremiante y finalmente abandona el curso.

- El 39% de quienes iniciaron el curso lograron finalizarlo y recibir su certificado correspondiente.
- El 91% de participantes, nunca antes habían participado en un curso MOOC, por lo que desconocían la metodología del desarrollo y provocó que muchos de ellos no participen continuamente con el tipo de comentarios constructivos que manejan estos cursos. Esto hizo que el desarrollo del curso sea mucho más desafiante, ya que muchos participaban por primera vez en este tipo de cursos.
- A través de estos cursos se puede fomentar la identidad nacional: historia, ética y sociología, como en el caso del curso *Diseño en Ecuador- Haremos Historia*, el cual recopiló una base de datos de más de 100 artículos sobre diseño hecho en Ecuador, los cuales están abiertos en el blog a todo aquel que desee investigar lo que se hace y se ha hecho en el país.
- El curso logró generar noticias en medios de comunicación de la ciudad y mediante páginas web de otros países, en donde se indicaba el nombre de la Universidad del Azuay como anfitriona del curso. Esto beneficia a la imagen universitaria.
- A pesar de los esfuerzos tanto de los autores como de la Universidad del Azuay para lanzar el curso, casi la mitad de participante no reconocieron que la UDA fue la auspiciante del curso, por lo tanto no contribuye de gran manera al posicionamiento de la Universidad.
-

5.1 Recomendaciones

- Es posible que al haber ubicado al curso dentro de una plataforma “oculta”, haya provocado un menor número de inscritos. Para futuras versiones de MOOC, se recomendaría utilizar una plataforma pagada (MiriadaX) que aunque sigue una estructura más rígida, su alcance puede ser mucho mayor y se evitarían los errores como: videos muy largos, participación de pares escasa, no se crearon grupos de aprendizaje, baja participación analítica.
- Mediante esta forma de aprendizaje las universidades pueden crear una imagen positiva de sí mismas, ofertando este tipo de cursos gratuitos y masivos a nivel nacional e internacional.
- Se deberían generar otros cursos MOOC en las diferentes carreras que oferta la Universidad, estos esfuerzos pueden generar resultados positivos en la vinculación con la sociedad y la imagen universitaria.

- Para próximos proyectos MOOC que busquen contribuir con el posicionamiento de la Universidad estos deberían:
 1. Analizar e identificar los temas más relevantes en cada Facultad o Escuela para así generar cursos MOOCs que atraigan a la mayor cantidad de participantes y generen noticia a nivel nacional e internacional.
 2. Seleccionar y analizar un conjunto de directrices, normas, directivas, guías, estándares y herramientas para mejorar la competitividad y calidad en el diseño de cursos MOOCs dentro de la Universidad.
 3. Presentar un conjunto de requisitos y validaciones para la producción de material para el curso MOOC que se quiera desarrollar, que ayude a mejorar la formación y rendimiento académico de los estudiantes.
 4. Utilizar plataformas más “populares” que logren tener un mayor alcance y se genere mayor publicidad de la Universidad creadora del curso.

Capítulo 6: Bibliografía

- UPEx. (2013). *UPEx*. Retrieved 17 de 02 de 2015 from Educación Virtual : www.upex.edu.ec
- Wikitel. (n.d.). *Wikitel*. Retrieved 31 de 01 de 2015 from Definición de interconexión: www.wikitel.info/Definición_de_interconexión
- Yuan, L., & Powell, S. (2013). *Education: Implications for Higher Education*. Cnetre for educational technology and interoperability standars. CETIS.
- Alam Khan, I. (2011). *Relevance of E-learning for the teaching English*. Jeddah Community College. Elixir Psychology.
- Aparici, R. (2002). *Scrib*. Retrieved 2014 from La educomunicación en el siglo XXI: es.scrib.com/doc/96355336/La-educomunicacion-en-el-siglo-XXI
- Baelo Álvarez, R. (2009). El e-learning, una respuesta educativa a las demandas de las sociedades del siglo XXI. *Revista de Medios y Educación* (35), 87-96.
- Blog- Diseño en Ecuador. (2014). *Diseño en Ecuador- Haremos Historia*. Retrieved 2015 from Nuestros auspiciantes: www.haremoshistoria.net/nuestro-auspiciante.html
- Cabrero, J., Llorente, C., & Morales, J. (enero de 2013). Aportaciones al e-learning desde un estudio de buenas prácticas en las universidades andaluzas. *Revista de la Universidad y Sociedad del Conocimiento* .
- Cadena Radial Vision. (mayo de 2014). *Cadena Radial Vision*. Retrieved febrero de 2015 from UDA anfitriona del encuentro virtual "Diseno en Ecuador: Haremos Historia": www.cadenaradialvision.com/index.php?option=com_content&view=article
- Canvas. (2013). *Canvas*. From The Original MOOCs: learn.canvas.net/net/courses
- Canvas. (n.d.). *Canvas-Instructure*. Retrieved enero de 2015 from Instructure: www.canvaslms.com
- Candia, A. (2000). *La Educación virtual: ¿una alternativa a la educación tradicional?* Universidad Torciato Do.
- Castro, E. (2011). El paradigma latinoamericano de la Educomunicacion. *Revista Académica de Comunicación y Ciencias Sociales* (1), 119.
- Castro, E. (2012). El paradigma latinoamericano de la Educomunicacion. *Revista Académica de Comunicación y Ciencias Sociales* (1), 119.
- Chavez, E., & Gallego, M. (2014). *Creación de MOOC Universitarios con herramientas tecnológicas apropiadas*. Universidad Nacional de Costa Rica y de Granada.

Conole, G. (2013). Los MOOC como tecnologías disruptivas. *Revista Científica de Tecnología Educativa*, 2, 17.

El Telégrafo. (02 de 2014). *El Telégrafo*. Retrieved 02 de 2015 from Tecnología MOOC en el Estado ecuatoriano:
www.telegrafo.com.ec/noticias/tecnologia/item/tecnologia-mooc-en-el-estado-ecuatoriano

Esteban, I. G. (2005). *Marketing de los servicios*. ESIC Editorial.

De la Torre, A. (2006). *Edutec. Revista Electrónica de Tecnología educativa*. Retrieved 2014 from Web Educativa 2.0: edutec.rediris.es/Revelec2/anibal20.htm

Dewey, J. (1916). *Democracia y Educación: una introducción a la filosofía de la educación*. Madrid: The Macmillan Company.

Fernández, C., & Galguera, L. (2009). *Teorías de la comunicación*. México: McGraw-Hill Interamericana.

García, L. *Historia de la Educación a Distancia*. Univeridad Nacional a Distancia. Madrid: IUED.

García, L. *Historia de la Educación a Distancia*. Univeridad Nacional a Distancia. Madrid: IUED.

Huamán, M., Seclén, T., & Flores, J. (2013). *Propuesta académica para certificar un MOOC basada en una metodología e-learning propia en la USMP Virtual*. Universidad de San Martín de Porres, Unidad de Virtualización Académica, Lima.

Jimenez Vargas, J., & García Aquino, H. (2012). *La educomunicación: una estrategia para contribuir a la formación integral de los estudiantes*.

Kaplún, M. (1997). De medios y fines en comunicación educativa. (F. C. Montúfar, Ed.) *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación* (58).

Luskin, B. (2010). *Think "Exciting": E-learning and the Big "E"*. EDUCAUSE.

Lazo, J. (2014). *Weebly*. (weebly, Producer) Retrieved 2014 from Diseño Gráfico- Diseño Multimedia- Educación a Distancia: juancarlos.weebly.com

Lazo, J. (11 de 9 de 2014). Análisis del MOOC- Diseño en Ecuador. (V. Ochoa, Interviewer)

Lazo, J. C. (15 de sep de 2014). cMOOC Diseño en Ecuador- Haremos Historia. (V. Ochoa, Interviewer)

Lazo, J. C. (2013). *El Diseño en Ecuador: comunidad de aprendizaje en un entorno cMOOC*. Doctoral, Universidad del Azuay, De investigación, Cuenca.

López Zamorano, C. *Los MOOC como una alternativa para enseñanza y la investigación*.

Navarra, P. L., Saigi, F., & Duarte, J. M. (2004). *Posicionamiento web de contenidos en e-learning. Accesibilidad y usabilidad como instrumento de competitividad y calidad*.

Mata. (mayo de 2010). *Didáctica de la educomunicación*. Retrieved marzo de 2015 from didacticadelaeducom.wordpress.com/educomunicacion/

McAuley, A., Stewart, B., Siemens, G., & Cormier, D. (2010). *The MOOC model for digital practice*. University of Prince Edward Island. USA: CC Attribution.

McLuhan, M., & Powers, B. (1996). *La aldea global*. Barcelona.

Méndez, C. (2013). Diseño e Implementación de MOOC: expectativas y consideraciones Prácticas. *Revista de Educación a Distancia*, 39.

Méndez, C. (2013). Diseño e Implementación de MOOC: expectativas y consideraciones Prácticas. *Revista de Educación a Distancia*, 39.

Pappano, L. (04 de 11 de 2012). *New York Times*. Retrieved 2014 from The Year of the MOOC: www.nytimes.com/2012/11/04/education/edlife/massive-open-online-courses-are-multiplying-at-a-rapid-pace.htm

Peréz, A., & Florido, R. (2011). *Universidad Veracruzana*. Retrieved 2014 from Internet: un recurso educativo: www.uv.mx/personal/jomartinez/files/2011/Internet

Prieto, D. (1998). *Comunicación educativa en el contexto latinoamericano*. Universidad Nacional de Cuyo. Intervención Psicosocial.

Prieto, D. (2005). El interaprendizaje como clave de la educomunicación. *Encuentro internacional ondas y antenas participativa*. Bogota: Bolivariana de Medellín.

SurveyMonkey. (10 de Junio de 2014). From es.surveymonkey.net

Salvat, G., Bautista, B., & Borges, G. (2011). *Evolución de la educación virtual: construyendo el e-learning del siglo XXI*. España: UOC.

SCOPEO. (2013). *INFORME No 2: MOOC: estado de la situación actual, posibilidades retos y futuro*. Universidad de Salamanca, Centro Internacional de tecnologías avanzadas. Salamanca: Servicio de innovación y producción digital.

Siemens, G. (2004). *Conectivismo: una teoría de aprendizaje para la era digital*. Creative Commons 2.5.

Siemens, G. (2007). *Conectivismo: una teoría de aprendizaje para la era digital*. Creative Commons 2.5.

Ruiz, P. (octubre de 2013). *Presente y Futuro de los MOOC*. Madrid.

Raposo, M. *Orientaciones Pedagógicas para los MOOC*. Universidad de Vigo.

Rodríguez, M., & González, M. (2013). La gestión del cambio institucional en las universidades a través de las TIC. *REDU- Revista de docencia Universitaria*, 11.

Toro, J., & Robles, A. (1 de julio de 2013). Los MOOC como extensión del aula convencional. *Congreso virtual de Educación y TIC*. Congreso TIC.

Torres Carrión, P. (2013). *Valoración de los procesos de aprendizaje abierto en línea a través de los cursos MOOC y su aporte a la economía del conocimiento*. Universidad Técnica Particular de Loja, Sección Departamental de Inteligencia Artificial, Dep de Ciencias de la Computación Electrónica.