

El *community manager*, un papel fundamental en la proyección del modelo formativo sMOOC.

La popularidad de los Cursos Masivos Abiertos y en Línea (MOOC) ha ido en aumento en la última década, aflorando nuevas oportunidades para sectores profesionales surgidos a raíz de la aparición de las redes sociales digitales. En este artículo se analizan las valoraciones efectuadas por los participantes del *socialMOOC* (sMOOC) “Estrategia en la gestión de comunidades *Online*. El *Community Manager*”, desarrollado en el marco del Proyecto Europeo ECO. Una metodología cuantitativa permite la cuantificación de sus percepciones, cuya estimación pone de manifiesto la importancia que se concede a la educación permanente, al encontrar experiencias de aprendizaje personalizadas y adaptadas a perfiles profesionales novedosos, donde es posible canalizar las competencias laborales y preferencias personales del alumnado.

Palabras clave: sMOOC, educación superior, aprendizaje virtual, participación social, *community manager*.

1. Objetivos o propósitos:

En esta comunicación se estudia la formación del *community manager* dentro del modelo sMOOC, presentándose cómo los sujetos participantes perciben el aprendizaje en este modelo formativo y de qué forma la satisfacción de dichos aprendizajes repercute en su ámbito laboral.

Con base en este objetivo principal nos planteamos la siguiente cuestión:

- ¿La participación activa y el debate en un curso influye en la percepción del aprendizaje por parte del alumnado?

Se ha recurrido a una metodología descriptiva de carácter cuantitativo, siendo el cuestionario el instrumento usado para la recogida de datos. El universo de estudio de la investigación se compone de todos los participantes en la 2ª edición del sMOOC “Estrategia en la gestión de comunidades *Online*. El *Community Manager*”, del Proyecto Europeo “*Elearning, Communication and Open-Data*” (ECO). Para llevar a cabo este estudio nos hemos ceñido al análisis de los 89 cuestionarios cumplimentados y enviados voluntariamente por sus estudiantes.

2. Marco teórico:

ECO es una innovadora iniciativa de formación que centra su esfuerzo en desarrollar un modelo educativo participativo a través de sMOOC. Se hace hincapié en las ventajas que la educación de acceso abierto tiene para la ciudadanía y para las propias instituciones (Camarero-Cano & Cantillo-Valero, 2016). Los sMOOC están tomando cada vez más protagonismo en el ámbito de la formación y están

Organizado por:



siendo considerados como un recurso al alcance de un número infinito de personas (Gómez-Hernández, García-Barrera, & Monge-López, 2016).

ECO apuesta por el modelo sMOOC (Gil-Quintana, 2016), la intercreatividad (Osuna-Acedo & Camarero-Cano, 2016) y la gamificación para formar a los futuros *community managers*, como nueva profesión en la era digital basándose en la inteligencia colectiva (Levy, 2004).

La comunidad científica estudia distintos aspectos de la formación masiva: Castaño, Maiz y Garay (2015) se enfocan en la motivación, en el diseño pedagógico y el rendimiento académico; Cheng (2014) investiga la competencia emocional del alumnado de un MOOC; Veletsianos (2013) se centra en las experiencias de aprendizaje; y Bouchard (2009), a través de un modelo cuatridimensional, analiza cómo la motivación, la configuración del entorno virtual y la valoración por el aprendizaje repercuten en las estrategias llevadas a cabo con el alumnado.

Por otro lado, el vertiginoso desarrollo tecnológico ha dado lugar a explorar nuevas facetas relacionales en contextos de formación que se dan en Internet, rompiendo las barreras de acceso al conocimiento (Osuna-Acedo & Gil-Quintana, 2017) y exigiendo nuevas competencias en los facilitadores de estos espacios formativos (Gil-Quintana, 2017).

En el sMOOC objeto de estudio se ha pretendido definir las competencias del *community manager*, profundizando en lo referente al trato directo con las comunidades *online* y la gestión de los contenidos digitales asociados a esta nueva figura profesional. Algunas de las funciones y habilidades personales principales del *community manager* que se trabajan en el sMOOC son las que Budiño (2011) destaca:

- La capacidad de análisis de las comunidades (identificando, localizando, midiendo y comprendiendo cada grupo).
- La formación para el diseño de las políticas de comunicación (presencia en la web y viralidad de los mensajes).
- La capacidad para el *coaching* (interno y externo para animar a la comunidad).

Camarero-Cano, Cantillo-Valero, Gil-Quintana y Osuna-Acedo (2016) señalan que:

Educar para la libertad y la resistencia a través del empoderamiento de la ciudadanía es un deber con alto nivel de compromiso que deben asumir los profesionales que se dedican a la educación y que apuestan no solo por un cambio educativo, sino también por un cambio social (p. 236).

3. Metodología:

En el proceso de investigación hemos optado por el desarrollo de un metodología cuantitativa. Recopilando los datos a partir del comportamiento de los participantes en el sMOOC, se ha reflexionado sobre el aprendizaje analítico. Para ello, el cuestionario ha sido el instrumento cuantitativo básico, recogiendo los indicadores de las variables implicadas de manera anónima, rápida y eficaz entre los sujetos encuestados.

Organizado por:



En este estudio analizamos la información producida en los 89 cuestionarios cumplimentados en la segunda iteración del sMOOC “Estrategia en la gestión de comunidades *Online*. El *Community Manager*”. Nuestro análisis se ha enmarcado en la participación, el diálogo y el intercambio de las personas participantes en el estudio, así como en el grado de satisfacción y utilidad manifestado por los participantes en los cuestionarios.

Las e-actividades planteadas a lo largo del curso se han compartido en las redes sociales para que el resto de participantes pudieran conocerlas y realizar otras aportaciones sobre las mismas.

Teniendo presente los objetivos indicados previamente, hemos realizado nuestro análisis con base en las siguientes hipótesis:

- H1: El sistema de aprendizaje utilizado en los sMOOC convierte al alumnado en protagonista de su propio aprendizaje.
- H2: El alumnado de estos cursos puede interactuar, comunicarse, intercambiar experiencias con otros participantes, enriqueciendo en gran medida su aprendizaje.

Respondiendo a las preguntas de investigación planteadas en relación a las variables del cuestionario se han destacado las siguientes manifestaciones:

- Interacción de los miembros de la comunidad de aprendizaje a través de la plataforma.
- Autonomía en el trabajo.
- Motivación por parte del alumnado.
- Valoración de los aprendizajes por parte del alumnado.

4. Discusión de los datos, evidencias, objetos o materiales:

Los datos se recogieron mediante un cuestionario voluntario enviado a los usuarios y tutores del sMOOC. La cuantificación de los datos confluyen en el nivel de percepción general sobre el aprendizaje de los participantes del sMOOC, que se refleja en el informe D4.5 *Report on users satisfaction* (Aquilina Fueyo et al., 2016).

Opción	Nº Respuestas	Porcentaje
Completamente	43	48,31%
En gran medida	44	49,44%
En alguna medida	2	2,25%
Inadecuadamente	-	-
No lo sé	-	-
No contesta	-	-
Total	89	100%

Gráfico 1

Según se observa en el gráfico 1, la mayoría de los encuestados se mostraron satisfechos con el tratamiento general del tema del MOOC: más del 48% estaban totalmente satisfechos, y el 49,44% casi completamente satisfechos.

Organizado por:



La mayoría de los encuestados estaban muy satisfechos con sus contenidos. El 97,75% está totalmente satisfecho.

Opción	Nº Respuestas	Porcentaje
Muy bien	31	34,83%
Bueno	30	33,71%
Adecuado	21	23,60%
Pobre	6	6,74%
Muy pobre	1	1,12%
No lo sé	-	-
No contesta	-	-
Total	89	100%

Gráfico 2

En cuanto a la metodología empleada, la mayoría de los encuestados aprecian el formato y las tareas del trabajo grupal e individual; un tercio está moderadamente satisfecho. Sin embargo, una minoría considera débiles las tareas individuales y colectivas. (Gráfico 2)

La comunicación y el debate también han sido muy bien valorados, sobre todo teniendo en cuenta que los sujetos que se aproximan al curso destacan por su relación con el campo de la comunicación y las relaciones públicas.

Los sujetos encuestados piensan que el diseño de los MOOC les permite alcanzar sus metas esperadas. Tres cuartas partes de los encuestados piensan que los MOOC fomentan la discusión, la reflexión del personal y el compromiso personal. Los encuestados piensan que este MOOC fomenta el compromiso colectivo. La mayoría de los encuestados piensa que se fomenta la creatividad (75%).

La satisfacción por los aprendizajes se muestra tanto, en los motivos que exponen para realizar este curso y que manifiestan haber cumplido sus expectativas: Los principales objetivos para la mayoría de los encuestados (81%) son aprender cosas nuevas. 50% están motivados por la obtención de certificados o por objetivos profesionales (44%). Tres cuartas partes de los encuestados piensan que han aprendido mucho y que el MOOC cumple con sus expectativas. Además, la mayoría de los encuestados considera la experiencia global como muy satisfactoria.

Los resultados obtenidos muestran una buena aceptación por parte de los participantes en la utilización de sMOOC en contextos universitarios reglados, y sugieren una mayor aceptación en entornos de aprendizaje ligados a la formación permanente y al desarrollo profesional. La mayoría de los encuestados considera que la experiencia global es muy satisfactoria o satisfactoria (96,83%).

5. Resultados y/o conclusiones:

Los resultados obtenidos en la investigación reflejan que la percepción sobre el aprendizaje en el sMOOC es positiva. Aspectos como la comunicación y la

Organizado por:



interacción con otros miembros de la comunidad de aprendizaje han sido muy valorados, viéndose ésta enriquecida con la participación de dichos sujetos al interactuar y motivar con sus debates a todos los miembros implicados en el proceso formativo.

Los sMOOC tienen como objetivo llevar una formación específica y actualizada a toda la ciudadanía, en especial a los docentes y facilitadores, que dinamizan los entornos virtuales de aprendizaje. Estos escenarios ofrecen una buena posibilidad para la formación del *community manager*, quienes pueden desempeñar un papel fundamental para consolidar la mejora de la capa social.

6. Contribuciones y significación científica de este trabajo:

La profesión de *community manager* surge recientemente y ha ido definiendo sus competencias de forma vertiginosa, consolidándose como un puesto estratégico relacionado con la comunicación de las organizaciones. Esta profesión exige una alta cualificación en estrategias de comunicación y competencias tecnológicas. La metodología abierta de los sMOOC ofrece unas posibilidades de formación continua poniendo énfasis en la motivación, participación, construcción dialógica del conocimiento, etc.

El ámbito de los MOOC se está instaurando en las instituciones universitarias como un modelo formativo que responde a una formación actualizada. Esta nueva realidad digital trae consigo el desarrollo de otras funciones comunicativas y pedagógicas, como es el perfil del *community manager*.

7. Referencias:

Budiño, G. (2011). Gestión de comunidades virtuales: El rol del *community manager*. Quantum.

Camarero-Cano, L. y Cantillo-Valero, C. (2016). La evaluación de los aprendizajes en los sMOOC. Estudio de caso en el Proyecto Europeo ECO. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 7(2). DOI: 10.14198/MEDCOM2016.7.2.2 Recuperado de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/56388>

Camarero-Cano, L., Cantillo-Valero, C., Gil-Quintana, J., & Osuna-Acedo, S. (2016). Empoderamiento ciudadano desde la intercreatividad del modelo sMOOC. En D. Caldevilla (Ed.). Trabajos docentes para una Universidad de Calidad (pp. 223-238). McGraw-Hill Education, Madrid. Recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/21831/Libro%20CUICID%2032.pdf?sequence=-1&isAllowed=y#page=231>

Castaño, C., Maiz, I., & Garay, U. (2015). Diseño, motivación y rendimiento en un curso MOOC cooperativo. *Comunicar. Revista Científica de Educación y Comunicación*, 44. DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C44-2015-02>.

Organizado por:



- Cheng, J. C. Y. (2014). An Exploratory Study of Emotional Affordance of a Massive Open Online Course. *European Journal of Open, Distance and e-Learning*, 17 (1), 43-55. Recuperado de <http://goo.gl/mYXiTF>.
- Fueyo, A., Fano, S., Callejo, J., Brouns, F., Gutiérrez, A., Bossu, A. (2016). *D4.5 Report on users satisfaction*. Luxembourg: European Commission.
- Gil-Quintana, J. (2016). La nueva realidad sMOOC, una ventana abierta a la educomunicación. *Revista Mediterránea de Comunicación*, V. 7, nº 2, 59-68. DOI: 10.1498/MEDCOM2016.7.2.5
- Gil-Quintana, J. (2017). Interactividad y participación desde el modelo comunicativo de los MOOC. *Revista index.comunicación*, V.7, nº1, 269-288.
- Gómez-Hernández, P., García-Barrera, A., & Monge-López, C. (2016). La cultura de los MOOCS. Madrid: Editorial Síntesis.
- Levy, P. (2004). Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio. Organización Panamericana de la Salud. Recuperado de <http://goo.gl/U2ca89>
- Osuna-Acedo, S., & Camarero-Cano, L. (2016). Intercreativity And Smooc. The Importance Of The Collective Intelligence In The ECO European Project. The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET), Special Issue, 335-344. Recuperado de <http://earsiv.odu.edu.tr:8080/jspui/handle/11489/556>
- Osuna-Acedo, S., & Gil-Quintana, J. (2017). El proyecto europeo ECO. Rompiendo barreras en el acceso al conocimiento. *Revista Educación XXI*, Madrid. Recuperado de <http://revistas.uned.es/index.php/educacionXX1/article/view/19037>
- Veletsianos, G. (2013). Learner Experiences with MOOCs and Open Online Learning. Hybrid Pedagogy. Recuperado de <http://goo.gl/5oBFZ5>
-

Organizado por:

