

Posicionamento das Instituições de Ensino Superior no processo de dinamização de Massive Open Online Courses

Positioning of the Higher Education Institutions in the process of promoting of Massive Open Online Courses

Beatriz Matos, Universidade de Aveiro, Portugal, beatrizoliveiramatos@ua.pt

Dora Simões, Universidade de Aveiro/DigiMedia (CIC.Digital), Portugal, dora.simoes@ua.pt

João Batista, Universidade de Aveiro/DigiMedia (CIC.Digital), Portugal, joao.batista@ua.pt

Resumo

Os Massive Open Online Courses – MOOC – apresentam-se como um modelo recente de ensino e aprendizagem, sendo aplicado em vários países do mundo, principalmente nos Estados Unidos da América e na Europa. Embora se trate de um modelo recente, as diferentes formas como se apresentam têm vindo a permitir responder a diferentes objetivos das instituições que os promovem. Dentre estes objetivos, a formação ao longo da vida, o reconhecimento da marca institucional e a perspetiva tecnológica são os focos principais desta investigação, no contexto das Instituições de Ensino Superior Portuguesas (IESPP). O presente trabalho visa assim clarificar o posicionamento das IESPP face ao processo de dinamização deste modelo de ensino a distância. O estudo incide sobre oito instituições, recorrendo à entrevista telefónica semiestruturada como instrumento de recolha de dados. Os resultados apontam para que o reconhecimento da marca seja uma das principais motivações das IESPP na dinamização de MOOC, recorrendo a este modelo de ensino para atrair e reter estudantes.

Palavras-chave: MOOC; instituições de ensino superior; formação ao longo da vida; reconhecimento da marca; tecnologia.

Abstract

The Massive Open Online Courses – MOOC – have been introduced as a recent model of content teaching and learning, in various countries of the world, especially in the United States of America and throughout Europe. Even though they are still very recent platforms, these have been responding to various different goals from the institutions that promote them. Among these goals, lifelong-learning, recognition of the institutional brand and technological perspective will be the main baselines of the investigation, in the context of the Portuguese Public Higher Education Institutions. The present document intends to clarify what is the positioning of the Higher Education Institutions in the process of promoting this model of teaching at a distance. This study, still underway, focused in eight institutions, taking up as a recognition is one of the principal motivations of these institutions in the promotion of the MOOC, using this model of teaching to attract students.

Keywords: MOOC; lifelong-learning; higher education institutions; recognition of the institutional brand, technology.

1. INTRODUÇÃO

As novas tecnologias de informação e comunicação proporcionam novos recursos e materiais, que contribuem para o desenvolvimento e utilização de novas metodologias pedagógicas, que agilizam algumas mudanças nos processos de ensino e de aprendizagem. Surge, por isso, “necessidade de criar novos modelos conceptuais” para responder a essas mudanças, como por exemplo, os *Massive Open Online Courses* – MOOC (Pires, 2013, p.2).

Uma vez que o número de Instituições de Ensino Superior Públicas Portuguesas (IESPP) que permitem o ensino a distância através do modelo MOOC é ainda muito reduzido, pretende-se compreender de que forma é que as mesmas divulgam os seus cursos, quais são os motivos que as levam a desenvolver este tipo de modelo, e que tecnologias estão associadas, que suportam o seu desenvolvimento e funcionamento. Tendo em consideração que se trata de uma temática recente, o objetivo principal desta investigação orienta-se assim para conhecer o posicionamento das IESPP face ao processo de dinamização dos MOOC.

Para dar resposta ao objetivo de investigação apresentado, este trabalho propõe-se clarificar o conceito de MOOC e a atitude das IESPP face a este modelo de ensino e aprendizagem, tendo em conta a perspetiva da formação ao longo da vida, do reconhecimento da marca e, principalmente, da tecnologia que está associada à sua implementação.

2. MOOC

O movimento dos MOOC iniciou-se por George Siemens e Stephen Downes, do qual resultou, em 2008, o primeiro MOOC sobre a Teoria do Conectivismo. Contudo, os MOOC que obtiveram um maior alcance tiveram início nos Estados Unidos da América, em 2011, por professores da Universidade de Stanford (Haber, 2014; Yuan & Powell, 2013).

O conceito de MOOC é relativamente recente e, por isso, não está ainda bem definido. No entanto, é possível explicar em que consiste, tendo em consideração as características que constituem a sua sigla.

O projeto *OpenupEd* tem trabalhado com a definição de que os MOOC são “cursos online desenhados para um grande número de participantes, que podem ser acedidos por qualquer pessoa em qualquer lado, desde que exista uma ligação à internet, são abertos a todas as pessoas sem requisitos de entrada e oferecem uma completa experiência online de cursos gratuitos” (Jansen & Schuwer, 2015, p.11).

Os MOOC estão divididos em duas tipologias principais: cMOOC e xMOOC. Embora o objetivo seja comum (ensino online a distância), as suas bases são diferentes. Os xMOOC focam-se no conteúdo do curso e trata-se do modelo de cursos massivos mais recorrente. Os cMOOC estão orientados para as experiências de conhecimento e aprendizagem a nível social, embora com ligações desenvolvidas informalmente, e são centrados no participante (Montes, Gea, Bergaz & Rojáz, 2014; Haber, 2014; Yuan, Powell & Cetis, 2013).

2.1. Os MOOC e as Instituições de Ensino Superior

As IESPP dispõem de duas alternativas distintas para pôr em prática o ensino online estruturado em MOOC: (1) podem trabalhar de forma individual, ou seja, a instituição desenvolve os seus cursos de forma singular, sem parcerias; ou (2) podem unir-se a um consórcio de universidades com objetivos e recursos semelhantes, e estimular a interoperabilidade para oferecer os seus MOOC, através do uso dos seus próprios recursos para desenvolver uma plataforma comum (Montes et al., 2014).

Quando uma plataforma MOOC é desenvolvida por um conjunto de instituições com características semelhantes, surge o nome de vários canais de distribuição especializados: *Coursera*, *EdX* e *MiríadaX*. Existem, no entanto, outros canais igualmente importantes: *Udacity*, *FutureLearn*, *Inversity*, *MOOC ItyPA*, entre outros (Montes et al., 2014). Para além destas plataformas, existem, também, iniciativas europeias, que permitem que várias universidades se reúnam e disponibilizem os seus MOOC através de plataformas criadas propositadamente para esse efeito, como é o caso da *European Multiple MOOC Aggregator* (EMMA, n.d.).

Tendo em consideração as IESPP referidas no relatório da conferência *Porto Declaration on European MOOC* (2014), a maioria delas desenvolve e disponibiliza alguns cursos MOOC em plataformas agregadoras, sendo que a Universidade Aberta é a única a recorrer à plataforma EMMA.

Além da Universidade Aberta, outras IESPP deram, também, suporte à mesma conferência, e são igualmente referidas no relatório do evento: (1) Escola Superior de Educação de Santarém (Instituto Politécnico de Santarém); (2) Instituto Politécnico de Leiria; (3) Instituto Politécnico do Porto; (4) Universidade de Coimbra; (5) Universidade de Lisboa (Instituto Superior Técnico); (6) Universidade do Porto; e (7) Universidade Nova de Lisboa (Nova IMS).

2.2. Formação ao longo da vida e reconhecimento da marca

As plataformas MOOC são adequadas e propícias à criação de comunidades de formação ao longo da vida, e podem, também, melhorar a reputação das instituições através dos cursos que oferecem (Montes et al., 2014). Isto, porque os MOOC permitem a criação de ligações entre os seus participantes, e entre os participantes e os conteúdos disponibilizados (Peters, Uible & Chisolm, 2015; Martins, 2013).

The Jefferson Scale of Physician Lifelong Learning enumera os seguintes fatores como alguns dos mais importantes para a formação ao longo da vida: “(1) reconhecimento das necessidades de aprendizagem individuais, (2) participação em incentivos de investigação, (3) iniciativa própria ou ensino dirigido a si mesmo, (4) competências técnicas e informáticas, e (5) motivação pessoal” (Peters, Uible & Chisolm, 2015, p.3).

Por isso, a educação e a aprendizagem têm sido reconhecidas como ferramentas que influenciam o desenvolvimento e a emancipação, uma vez que permitem mostrar o potencial dos indivíduos, bem como as suas habilidades, e que permitem transformar o ambiente social de forma benéfica para todos (Biao, 2015).

Além destes fatores, algumas IESPP podem recorrer aos MOOC também com o objetivo de atrair estudantes. Significa que os estudantes poderão vir a inscrever-se nos cursos presenciais, como as licenciaturas, os mestrados e/ou doutoramentos. Quanto melhor for a qualidade dos MOOC e dos conteúdos disponibilizados, e quanto melhor for o *feedback* dos participantes em relação aos cursos, maior é a probabilidade de se verificar um aumento do número de candidatos e inscritos nos seus cursos superior (Gonçalves & Gonçalves, 2014). Os cursos MOOC oferecidos poderão ser, também, uma forma de preservar os seus estudantes e ex-

estudantes, no sentido em que estes poderão frequentar os MOOC, independentemente de continuarem, ou não, a frequentar a IES. Assim, os MOOC permitem aos estudantes manter a ligação com a instituição e com os conteúdos que este oferece. Nesse sentido, pode considerar-se que a maneira como uma plataforma MOOC é desenvolvida e gerida pode influenciar a forma como a imagem da instituição é construída ou reconhecida.

2.3. *Perspetiva tecnológica*

Para estudar e compreender a experiência dos estudantes relativamente à utilização de tecnologias na aprendizagem online, no período de 2005 a 2009 foram desenvolvidos cerca de dez projetos de investigação, no âmbito do *JISC Learner Experience of e-Learning*¹.

Com base nos resultados destes programas de investigação, constatou-se que os estudantes se concentram muito nas tecnologias, e consideram-nas essenciais para uma boa aprendizagem, uma vez que permitem reunir e partilhar conteúdos através da comunicação com pares. Segundo Conole (2013), as características para uma boa aprendizagem permitem: (1) encorajar a reflexão; (2) existência de diálogos; (3) existência de colaboração; (4) aplicar teorias de aprendizagem em prática; (5) criar uma comunidade de pares; (6) ter criatividade; e (7) motivar os estudantes. As tecnologias oferecem condições para que a aprendizagem respeite as características enumeradas, através da “interação com a multimédia, e através da comunicação e da colaboração entre pares” (Conole, 2013, p.3).

É importante pensar nas tecnologias de comunicação como ferramentas de aprendizagem, mas é, também, imprescindível pensar nestas tecnologias enquanto ferramentas para divulgar os cursos MOOC.

Com base numa análise por observação de alguns MOOC desenvolvidos por IESPP, verificou-se que fazem, principalmente, divulgação através da página oficial da instituição. No entanto, algumas instituições também recorrem a *websites* de redes sociais (nomeadamente, Facebook, Twitter e Instagram), blogues, fóruns e jornais locais online.

3. METODOLOGIA

Para responder à questão principal desta investigação, que remete para o posicionamento das IESPP face ao processo de dinamização dos MOOC, considerou-se o universo das oito IESPP que dinamizam atualmente cursos MOOC. Tendo em consideração as diferentes localizações geográficas das instituições que compõem o universo, considerou-se o inquérito por entrevista semiestruturada o método de recolha de dados mais adequado. As entrevistas são um dos métodos mais comuns quando a investigação é de pequena escala (Drever, 2003). Optou-se, assim, por uma das suas variantes, a entrevista telefónica. Escolha esta também justificada por questões de tempo e de acessibilidade às mesmas.

¹ JISC Learning Experience Programme, <http://www.jisc.ac.uk/whatwedo/programmes/elearningpedagogy/learnerexperience.aspx>, consultado a 07/03/2016.

Todas as entrevistas são gravadas em formato de áudio, através da aplicação *Call Recorder* para sistema *Android*. Estas gravações facilitarão o processo de transcrição das entrevistas, tornando a análise dos dados mais fácil de concretizar.

Durante a preparação das entrevistas, as condições de utilização das informações recolhidas serão devidamente esclarecidas: não são referidos nomes de entidades ou de pessoas, e toda a informação será redigida de forma a que os leitores não consigam identificar a instituição que está a ser referida.

4. PRINCIPAIS RESULTADOS

Com base na análise dos dados recolhidos em seis de oito entrevistas já concedidas é possível constatar que o reconhecimento da marca institucional é o objetivo principal das instituições entrevistadas. De forma geral, as IESPP afirmam que os cursos MOOC que desenvolvem disponibilizam conteúdos relacionados com os cursos presenciais lecionados na instituição, sendo que o foco dos cursos é atrair novos estudantes para as licenciaturas e mestrados. Uma das instituições afirma estar a desenvolver alguns cursos MOOC, com a possibilidade de atribuição de creditação ao estudante (1,5 ECTS), e que um dos principais objetivos dos seus MOOC é contribuir para a continuidade da formação dos estudantes e ex-estudantes da instituição. Afirmou, também, que a atribuição de créditos poderá ser uma estratégia para atrair estudantes para a sua instituição.

Relativamente às tecnologias utilizadas no contexto da comunicação, dentro e fora do MOOC, verifica-se que existe uma aposta em fóruns de discussão, que permitem aos estudantes a obtenção de respostas a determinadas dúvidas e outros tipos de questões. No entanto, a comunicação no âmbito da avaliação dos conteúdos produzidos pelos estudantes é, em geral, realizada através de um sistema de avaliação aleatório (p. e. *quizz*), à exceção da avaliação de relatórios ou textos curtos. Este sistema consiste em as questões surgirem aos estudantes de forma aleatória e a correção da resposta ser atribuída automaticamente, uma vez que os dinamizados dos MOOC constroem bases de dados com todas as perguntas e respetivas opções de resposta. Uma das IESPP afirma que a comunicação entre estudantes/ex-estudantes e gestores/dinamizadores dos cursos MOOC é feita através de mensagem de correio eletrónico.

Pensando nas tecnologias utilizadas para o desenvolvimento das plataformas, ou seja, enquanto ferramentas, verifica-se que pelo menos uma IESPP utiliza a plataforma *Wordpress* para a construção dos seus MOOC, ao contrário de outras instituições que recorrem a plataformas especializadas para o efeito, apostando, maioritariamente, em *EdX* e *MiríadaX*.

5. CONCLUSÃO

Os MOOC apresentam-se como um modelo de ensino e aprendizagem desenvolvido para um grande número de participantes. São cursos abertos, porque podem ser acedidos por qualquer pessoa interessada na temática do MOOC e encontram-se disponíveis online, permitindo o seu rápido acesso, desde que exista uma ligação à internet (Jansen & Schuwer, 2015).

As IESPP estão a começar a investir neste tipo de modelo de ensino a distância, embora ainda em número muito reduzido. Ainda assim, as instituições que compõem o universo em estudo procuram alcançar os mesmos objetivos, principalmente, a nível do reconhecimento da marca institucional. Esse reconhecimento tem influência na formação ao longo da vida, uma vez que os seus MOOC surgem como uma forma de atrair estudantes para as suas instituições. No entanto, com base nos dados recolhidos, verifica-se que as IESPP não têm ainda uma estratégia de comunicação dos MOOC bem sustentada, uma vez que recorrem essencialmente a fóruns de discussão e a mensagens de correio eletrónico para interagir com os participantes.

6. REFERÊNCIAS

- Biao, I. (2015). Lifelong learning as an instrument for human capital development in Benin. *International Review of Education*, 61(5), 631-653. Consultado a 10 de outubro de 2015, em <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11159-015-9520-y>
- Conole, G. (2013). MOOCs as disruptive Technologies: strategies for enhancing the learner experience and quality of MOOCs. *RED – Revista de Educación a Distancia*, 39, 1-17.
- Drever, E. (2003). Using Semi-Structured Interviews in Small-Scale Research. (V. Wilson & J. Lewins, Eds.). Glasgow. EMMA. (n.d.). European Multiple MOOC Aggregator. Consultado a 10 de março de 2016, em <http://plataform.europeanmoocs.eu/#>
- Gonçalves, B., & Gonçalves, V. (2014). MOOC: uma estratégia de captação de alunos? Instituto Politécnico de Bragança, 8. Consultado a 14 de março de 2016, em <http://sensores-e.esep.pt/?p=6334>
- Haber, J. (2014). MOOCs. MIT Press.
- Jansen, D., & Schuwer, R. (2015). Institutional MOOC strategies in Europe. Status Report Based on a Mapping Survey Conducted in October-December 2014. Mimeo.
- Martins, J. (2013). Oportunidades e desafios das redes sociais nas perspectivas social, organizacional e política. (Dissertação de mestrado). Instituto Politécnico do Cávado e do Ave - Escola Superior de Tecnologia.
- Montes, R., Gea, M., Bergaz, R., & Rojas, B. (2014). Generating lifelong-learning communities and branding with Massive Open Online Courses. *Information Resources Management Journal (IRMJ)*, 27(2), 27-46.
- Peters, M. E., Uible, E., & Chisolm, M. S. (2015). A Twitter Education: Why Psychiatrists Should Tweet. *Current psychiatry reports*, 17(12), 1-6. Consultado a 17 de janeiro de 2016, em <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11920-015-0635-4>
- Pires, I. (2013). Tecnologias Emergentes e Novas Práticas Pedagógicas: REAs, MOOCs e o Papel do Professor. Universidade Aberta. Consultado a 8 de outubro de 2015, em <https://repositorioaberto.uab.pt/handle/10400.2/3095>
- Yuan, L., & Powell, S. (2013). MOOCs and Open Education: Implications for Higher Education. *Cetis*, 19. Consultado a 21 de fevereiro de 2016, em <http://publications.cetis.au.uk/2013/667>