



## IMPLEMENTACIÓN DE UN CANAL DE YOUTUBE COMO HERRAMIENTA DIDÁCTICA PARA LA DOCENCIA UNIVERSITARIA

Implementation of a Youtube Channel as a Teaching Tool for University Teaching

JOSÉ LUIS LÓPEZ, FERNANDA TUSA  
Universidad Técnica de Machala, Ecuador

---

### KEYWORDS

Youtube  
Social networks  
Digital literacy  
Didactics  
ICT

---

### ABSTRACT

*This research examines the perception of university students about the implementation of a YouTube channel as a support teaching tool. For this, a methodology with a quantitative approach of descriptive scope was adopted. The data was collected through a questionnaire applied to 89 students of the Communication career of the Technical University of Machala. It is concluded that the majority of university students positively value the initiative of the implementation and use of a YouTube channel as a support tool for classes, and consider that it positively influences their learning process.*

---

### PALABRAS CLAVE

YouTube  
Redes sociales  
Alfabetización digital  
Didáctica  
TIC

---

### RESUMEN

*Esta investigación examina la percepción de estudiantes universitarios sobre la implementación de una canal de YouTube como herramienta didáctica de apoyo. Para ello, se adoptó una metodología con un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo. Los datos se recolectaron mediante un cuestionario aplicado a 89 estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Técnica de Machala. Se concluye que los estudiantes universitarios, en su mayoría, valoran positivamente la iniciativa de la implementación y uso de un canal de YouTube como herramienta de apoyo para las clases, y consideran que influye positivamente en su proceso de aprendizaje.*

Recibido: 17/ 01 / 2023  
Aceptado: 27/ 02 / 2023

## 1. Introducción

YouTube es en la actualidad una de las plataformas de videos más grande del mundo y constituye el segundo sitio web más visitado según el *ranking* mundial de Alexa (2022). En lo que respecta a la educación, es una de las plataformas preferidas para observar materiales formativos, esto se debe, en buena medida, a la amplia diversidad de contenidos, por ello, son cada vez más los estudiantes y docentes que recurren a YouTube con la finalidad de averiguar cualquier tema sobre el que sientan la necesidad de aprender (Beltrán-Flandoli *et al.*, 2023; Colás-Bravo y Quintero-Rodríguez, 2023; Buitrago *et al.*, 2022; Hong y Chen, 2015), lo cual, sumado a la gratuidad para el acceso a los videos y la facilidad de navegar por su entorno, convierte a esta plataforma en una de las más usadas con fines educativos.

Los audiovisuales son uno de los recursos más utilizados en el campo de la educación. Estos materiales que hace apenas 3 o 4 décadas estaban muy limitados por la dificultad de su implementación y el valor de los equipos para su producción y reproducción, se han visto impulsados enormemente en los últimos años gracias a Internet (Pattier, 2020). En esta línea, YouTube es un espacio con grandes ventajas para divulgar mensajes audiovisuales, debido a que se ha convertido en un foro de dimensiones planetarias (Jiménez y Gaitán, 2013).

Lo anterior, ha motivado en los últimos años el interés desde la academia para investigar las potencialidades educativas de esta plataforma, lo que ha dado como resultado una serie de trabajos que de a poco alimentan la literatura sobre la relación YouTube y educación, lo cual, a su vez, contribuye al debate sobre la incidencia de las TIC en la educación. Esto es de vital importancia, debido a que, según Murua *et al.* (2015) con el surgimiento de internet y sus diversas herramientas y plataformas, el profesorado contemporáneo debe valorar las posibilidades que este nuevo contexto mediático aporta al sistema educativo a través de las plataformas sociales (Calderón-Garrido y Gil-Fernández, 2022; Martínez-Sala y Alemany-Martínez, 2022).

Con base en lo anterior, la presente investigación pretende sumarse a este debate mediante el análisis sobre el uso y percepción que los estudiantes tienen sobre YouTube como herramienta de apoyo para la enseñanza universitaria, a partir de una experiencia práctica de implementación de un canal para la asignatura de Teorías de la Comunicación en la carrera de Comunicación de la Universidad Técnica de Machala.

### 1.1. Redes sociales

Las redes sociales son estructuras conformadas por conjuntos de personas conectadas por algún tipo de relación o interés en común, sus primeros estudios se originan en la década de 1930, con el desarrollo de los sociogramas planteados por Jacob Levy y Helen Hall (Wasserman y Faust, 2013). Por ello, según Haro (2010), no deben confundirse con las aplicaciones de redes sociales que constituye la infraestructura tecnológica sobre la que se crean las relaciones, es decir, mediante las cuales se crean las redes sociales.

Como se aprecia, las redes sociales como concepto y objeto de estudio, existen desde hace varias décadas, no obstante, se han popularizado en los últimos años gracias al incremento de usuarios que consumen estos servicios en internet, lo cual, sin bien, empezaron a implementarse para fomentar relaciones entre las personas mediante la tecnología, también se ha identificado su potencial para contribuir en los procesos educativos (Pérez *et al.*, 2015).

En relación con ese tema, Haro (2010) considera que las redes sociales se pueden dividir en dos grandes grupos que son redes sociales estrictas y servicios 2.0 con característica de redes sociales: 1) Las redes sociales estrictas son las plataformas que se enfocan en las relaciones entre las personas, sin que exista otro propósito añadido, por lo cual, las personas establecen el uso que le dan al servicio lo que provoca que su función sea determinada el usuario, por ejemplo, Facebook o SocialGo. 2) Los servicios 2.0 con características de redes sociales corresponden a la llamada Web 2.0, es decir, plataformas cuya atención está en un tipo de contenido concreto, como videos, documentos, imágenes, presentaciones, etc. Aquí encontramos a YouTube, Flickr o Slideshare, por citar algunas.

### 1.2. Redes sociales y educación

En la actualidad, las redes sociales forman parte de la vida y tareas cotidianas de los estudiantes universitarios quienes practican un uso intensivo de las mismas (González *et al.*, 2016). En lo que

respecta a la educación, existe vigente un debate sobre cómo las redes sociales han posibilitado un nuevo ecosistema de aprendizaje en el que los usuarios no solo consumen información, sino que también la generan, convirtiéndose en prosumidores, lo cual contribuye a la democratización en cuanto a la creación de contenidos (Andrade-Vargas *et al.*, 2021). Según Aguado y Martínez (2012) la sociedad contemporánea se desarrolla en un ecosistema mediático líquido, donde se difuminan los papeles entre emisores y receptores, de forma que, un receptor pasivo tiene la posibilidad de convertirse en un productor activo de mensajes.

Al respecto, el progresivo aumento de las pantallas en la vida de los jóvenes establece la necesidad de incluir estos nuevos formatos de contenido mediático dentro de las herramientas de aprendizaje. Por ejemplo, los alumnos de hoy tienen acceso a gran cantidad de recursos audiovisuales mediante los dispositivos móviles, los cuales se convierten en pequeñas salas de cine portátiles y en pequeños estudios de producción que les permiten convertirse en prosumidores.

La incidencia de las TIC, entre ellas las redes sociales, en la educación es un tema que durante los últimos años ha sido novedoso entre los docentes e investigadores del campo educativo, desde donde se ha desarrollado una serie de trabajos para analizar el impacto y potencialidades de estas herramientas. Por ejemplo, un estudio realizado en la Universidad de Salamanca, con una muestra de 860 estudiantes y 20 profesores que incorporaron el uso intensivo de las TIC en el desarrollo de asignaturas, evidenció que los estudiantes que tenían un rendimiento alto en sus calificaciones realizaron valoraciones positivas sobre el uso de las TIC como recurso educativo, para actividades como la elaboración de trabajos, tareas de repaso, trabajos grupales y búsqueda de recursos. Es decir, los alumnos con mayor éxito académico se muestran en acuerdo con que las TIC constituyen un apoyo potencial en sus estrategias de aprendizaje (García-Valcárcel y Tejedor Tejedor, 2017). Sin embargo, cuando la investigación se enfoca en el uso de las redes sociales en la educación se puede encontrar que discrepan con estos datos. Por ejemplo, en una investigación realizada a 115 estudiantes de la Universidad Rovira i Virgili se evidenció que la mayoría de los informantes muestran una actitud positiva con respecto al uso de las redes sociales, no obstante, con respecto a la utilidad pedagógica de las mismas, los indicadores no son tan positivos. Esta paradoja, a decir de los autores del estudio, se debe a que los estudiantes que participaron de la encuesta no habían utilizado las redes sociales como recurso didáctico, a partir de pautas establecidas por los docentes (Espuny *et al.*, 2011).

Lo anterior se puede relacionar con lo manifestado por Pérez *et al.* (2015) quienes aseguran que, aunque el uso de las redes sociales resulte atractivo, aún, resulta poco probable para los estudiantes utilizarlas con un enfoque netamente educativo, debido a que estos las relacionan principalmente con espacios de esparcimiento, diversión e intercambio social.

No obstante, según González *et al.* (2016), los estudiantes universitarios practican un uso intensivo de las redes sociales las cuales forman parte de sus vidas, de sus tareas cotidianas y están haciendo uso de ellas continuamente durante el día. En tal sentido, Es importante planificar la incorporación educativa de las redes sociales pues estas aportan un valor añadido claro y diferenciado, son atractivas, sencillas y usables, fomentan la comunicación y permiten la flexibilización de los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Para Martín-Moreno (2004), las redes sociales son un recurso óptimo para alcanzar el aprendizaje del alumnado, permiten el trabajo colaborativo, aumentan la motivación por aprender, favorecen un mayor rendimiento académico, producen retroalimentación entre el aprendizaje individual y grupal, mejoran la retención de lo aprendido, potencian el pensamiento crítico y multiplican la diversidad de conocimientos y de experiencias adquiridas. En síntesis, las redes sociales hacen que el aprendizaje sea más interactivo y significativo (Imberón-Muñoz *et al.*, 2011).

Sin embargo, a fin de garantizar un uso adecuado, eficaz y duradero de las redes sociales, es necesario que las instituciones educativas creen las estructuras necesarias y que estén acompañadas de formación continua y de investigación para evaluar el impacto y la efectividad del uso de las redes sociales en la universidad actual (Flores, 2009).

Como se aprecia, existe un número de trabajos enfocadas a resaltar las virtudes del uso de las redes sociales, no obstante, también se puede encontrar trabajos que advierten sobre algunas cuestiones que se deben considerar. Por ejemplo, si bien las redes sociales pueden contribuir a aspectos positivos como diversas oportunidades de aprendizaje, socialización, desarrollo de habilidades y creatividad; también la literatura académica muestra aspectos negativos relacionados con el abuso de estas herramientas, como el distanciamiento afectivo, pérdida de los límites de la comunicación, pérdida de

la capacidad de concentración y pérdida de la capacidad de escucha (Arab y Díaz, 2015), cuestiones que son importantes dentro de un proceso afectivo de enseñanza-aprendizaje.

Una de las principales limitaciones del uso de las redes sociales en la educación es que su abuso incentiva la pérdida de contacto personal, lo cual puede ser una amenaza para el desarrollo de las habilidades de interacción y socialización en los jóvenes debido a que induce a relaciones superficiales (Peña, 2011), y, por ende, complica el desarrollo de habilidades para el trabajo colaborativo y la comunicación interpersonal.

Otro aspecto a considerar está relacionado con el fomento del uso, lo cual se debe a que las diversas plataformas de redes sociales no fueron pensadas para promover actividades educativas, sino para facilitar el entretenimiento. En esta línea se han reportado evidencias en varios estudios sobre que el uso de más de 6 horas diarias en la socialización mediante internet induce un impacto negativo sobre el tiempo y hábitos de estudio de los alumnos (Ruiz, 2016), aspecto importante a considerar debido a que las redes sociales pueden potenciar fácilmente que las personas se distraigan de sus actividades.

### **1.3. YouTube y educación**

YouTube es en la actualidad probablemente la plataforma de videos más grande del mundo, la que cuenta con más usuarios y brinda mayor oportunidad de participación a las personas. Esta red social que empezó como un espacio para compartir videos caseros se convirtió con el pasar de los años en una plataforma que alberga contenidos de diversas temáticas, entre ellas videos dedicados a formación tanto en cuestiones teóricas como en el desarrollo de habilidades prácticas.

No obstante, como se podría pensar, YouTube no es solo una plataforma de aprendizaje informal, son diversas las instituciones educativas que utilizan este servicio de alojamiento y distribución de videos, según Rodríguez y Fernández (2017) en la actualidad es difícil contar con un registro exacto de las instituciones que llevan a cabo esta práctica, pero, para tener una idea de la tendencia, se pueden encontrar universidades e institutos de prestigio como Berkeley, Stanford y el MIT, que utilizan este espacio como canal educativo. Lo anterior ha generado en los últimos años que exista interés desde la academia por investigar las potencialidades educativas de esta plataforma, lo cual ha dado como resultado una serie de trabajos, de los cuales a continuación citaremos algunos que son de interés para esta investigación.

Con respecto a las dinámicas de aprendizaje, Tan y Nick (2011) destacan que los videos educativos de acceso abierto, como los que se encuentran en YouTube, permiten que los alumnos tengan contacto con nuevos y diversos temas, lo cual ayuda a generar debates que fomentan que los estudiantes se sientan más seguros de dar conocer sus opiniones, plantear diversas perspectivas y contribuir a los comentarios de sus docentes.

Sobre la incidencia del uso de YouTube en los resultados académicos, Rodríguez y Fernández (2017) desarrollaron una investigación con 89 estudiantes de un curso de Estadística de la Maestría en Administración Empresarial del Instituto Tecnológico de Monterrey. Las investigadoras, con base en un método experimental, establecieron dos grupos. Al grupo experimental le compartían semanalmente videos sobre el contenido de la materia para una mayor comprensión de esta; mientras que al grupo de control no le proporcionaban este material. Entre los resultados pudieron apreciar que, a partir del segundo examen parcial, el grupo al que le compartían los videos obtuvo mejores calificaciones comparándolos con los que no tuvieron acceso a dicha herramienta. Ante esto concluyeron que el uso de este portal constituye un recurso de contenido de aprendizaje que fortalece la comprensión de los contenidos impartidos en el aula.

Por otro lado, existen investigaciones que enfocadas en valorar la incidencia de YouTube en el *engagement* o compromiso de los estudiantes. Por ejemplo, en un estudio desarrollado con 185 estudiantes de Universidad de Ciudad del Cabo se encontró que un 64% de los participantes aseguró que los videos de YouTube los habían involucrado en la clase, principalmente en aspectos como el entusiasmo, el interés, la participación y el vínculo emocional (Roodt *et al.*, 2017). En la misma línea Pérez y García (2020) plantean que YouTube tiene un potencial valor educativo debido a que genera un alto grado de implicación emocional entre los *youtubers* educativos y sus seguidores, facilitando la llegada de los contenidos en los consumidores. Es decir, debido a la implicación emocional que genera, los consumidores son más propensos a prestar interés en el contenido presentado.

Con respecto a tipos específicos de contenidos en YouTube, Vera Balderas y Moreno Tapia (2021) plantean que esta plataforma puede ser una herramienta importante en la enseñanza universitaria

mediante el uso de videotutoriales en los que se muestran contenidos de forma sencilla y directa, en tiempo reducido. Los estudiantes ven en esta plataforma un entorno disponible donde se puede acceder a todo tipo de información. Gracias al video puede regularizarse y autodirigir su acción para construir el conocimiento esperado en entornos no formales. También permite acceder a los contenidos de forma asincrónica lo contribuye a que los estudiantes puedan acceder a los videos en cualquier momento las veces que sean necesarias.

Sin embargo, como indica Castañeda (2009) uno de los problemas que generalmente se evidencia con respecto a los contenidos educativos en YouTube consiste en que si bien hay contenido valioso también existen muchos videos de baja calidad académica. Por ello, para que los profesores puedan usar videos de YouTube como materiales para sus clases, deben poner énfasis en la selección de los mismos con base en parámetros como validez, calidad y pertinencia a las temáticas del curso o asignatura que se imparte. Esta selección no es sencilla, si no se cuenta con parámetros que sirvan como guía de orientación. Por ello, que una de las habilidades que debe desarrollar un docente en el siglo XXI, es la de curación de contenidos (Pattier & Daniel Ferreira, 2022).

Sobre los tipos de aprendizaje que se producen en YouTube, Hattingh (2017), realiza un planteamiento donde identifica cuatro categorías, con base en el análisis de la forma en que los adolescentes interactúan con los videos educativos de esta plataforma:

1. Aprendizaje por observación. El cual se aprecia cuando una persona luego de ver un video, intenta replicar o poner a prueba de alguna forma lo observado.
2. Aprendizaje por pares. Ocurre mediante discusiones entre diferentes suscriptores que promueven o defienden su comprensión del tema en cuestión.
3. Aprendizaje escalonado. Hace referencia a la presentación de información en tamaños manejables para la memoria del trabajo de un alumno. En YouTube, es común que cuando la información que se quiere mostrar es muy amplia se recurra a series de videos, que se enlazan entre ellos mediante listas de reproducción.
4. Aprendizaje incidental. Se aprecia cuando se aprovechan las situaciones que se originan en la vida diaria para enseñar conceptos, conductas y habilidades; y se recurre a los videos de YouTube para aquello.

Tomando como referencia lo anterior se puede indicar que no existe un tipo de aprendizaje específico en YouTube, sino que este dependerá de factores como el estilo principal de aprendizaje del estudiante y del contexto o situación a la que se está enfrentando, lo cual le llevará a relacionarse con la información de una u otra manera.

Por último, también es importante destacar los aspectos relacionados con los usos didácticos que se pueden dar un canal de YouTube. En esta línea tenemos a Srinivasacharlu (2020), quien destaca una serie de usos o beneficios que un profesor puede obtener de YouTube con fines educativos, entre ellos se destaca: 1) se puede ver los videos en cualquier momento y en cualquier lugar, siempre que tengan acceso a internet; y 2) los conceptos complejos se pueden aclarar, mediante la ilustración de conceptos, procedimientos, procesos, gráficos, etc.; 3) disponibilidad de gran cantidad de recursos desarrollados por expertos de diversas disciplinas que se comparten gratuitamente; 4) facilidad para compartir libremente los videos y 5) Los profesores y estudiantes pueden crear contenido original y compartir su experiencia con los espectadores, y de esta forma contribuir a la creación de comunidades de aprendizaje digital.

## 2. Metodología

Esta investigación buscó valorar la percepción de estudiantes universitarios sobre el uso de un canal de YouTube como herramienta didáctica de apoyo para la asignatura de Teorías de la Comunicación que se imparte en la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Técnica de Machala.

El canal en mención lleva como nombre TeoCom y fue desarrollado en un principio para la asignatura de Teorías de la Comunicación, sin embargo, posteriormente se sumaron más docentes que contribuyen con contenidos de otras asignaturas relacionadas con el periodismo y la comunicación. El proyecto cuenta con 13.300 (trece mil trescientos) suscriptores a la fecha que se escribe este artículo. En el siguiente enlace se puede visualizar el canal: <https://www.youtube.com/c/TeoComEc>

Sin embargo, como se mencionó anteriormente, esta investigación se centra específicamente en el contenido creado para la asignatura de Teorías de la Comunicación, el cual fue producido por el docente de dicha materia siguiendo los temas del programa de estudio, el cual alberga un total de 22 temas principales, distribuidos en 4 Unidades de aprendizaje, que se detallan en la Tabla 1.

Para la producción de los videos se utilizó un equipo básico compuesto por un teléfono celular, un trípode, un micrófono externo, y los programas informáticos Videoscribe para las animaciones y Camtasia para la posproducción. La producción de todos los videos que se encuentran en la Tabla 1 tardó más de un año y estuvieron listos para utilizarse de forma completa en el período académico 2021-2022.

Los videos anteriormente citados fueron utilizados como recursos didácticos de apoyo para la aplicación de la siguiente metodología de trabajo:

1. Antes de la clase, se comparten los materiales de estudio que corresponde a un texto base con los respectivos enlaces a los videos de cada tema.
2. Los estudiantes deben revisar los materiales de estudio y, con base en ellos, realizar un cuestionario en la plataforma Moodle de la universidad.
3. En clase se realiza un refuerzo, y se luego se procede al desarrollo de un trabajo práctico grupal de consolidación del conocimiento.
4. Al final de cada unidad del programa se recepta un trabajo autónomo y al final de cada bimestre, una evaluación teórica.

**Tabla 1.** Temas y enlaces a los videos del canal

Unidad de estudio	Temas	Enlaces a los videos
I. Introducción a las Teorías de la Comunicación	1. ¿Qué es la comunicación? Conceptos básicos.	<a href="https://youtu.be/IMFJYLipq0">https://youtu.be/IMFJYLipq0</a>
	2. La investigación en comunicación.	<a href="https://youtu.be/832wsg9rD7M">https://youtu.be/832wsg9rD7M</a>
	3. Paradigmas de la investigación en comunicación.	<a href="https://youtu.be/WJozVc0YaGw">https://youtu.be/WJozVc0YaGw</a>
	4. Escuelas de la comunicación.	<a href="https://youtu.be/c4o6vAafvLY">https://youtu.be/c4o6vAafvLY</a>
	5. Teoría matemática de la información.	<a href="https://youtu.be/uxGMySHKyWY">https://youtu.be/uxGMySHKyWY</a>
II. Teorías sobre funciones y efectos de los medios de comunicación de masas.	6. Etapas de los estudios sobre los efectos de los medios de comunicación.	<a href="https://youtu.be/HwWLNkSf_xA">https://youtu.be/HwWLNkSf_xA</a>
	7. El enfoque de los efectos poderosos.	<a href="https://youtu.be/TPFEdpq73IA">https://youtu.be/TPFEdpq73IA</a>
	8. El enfoque de los efectos limitados.	<a href="https://youtu.be/E8CjQzw7038">https://youtu.be/E8CjQzw7038</a>
	9. El flujo de comunicación en dos pasos.	<a href="https://youtu.be/zz_2L1aTcPm">https://youtu.be/zz_2L1aTcPm</a>
	10. La teoría del cultivo.	<a href="https://youtu.be/8MSNXW_6y8g">https://youtu.be/8MSNXW_6y8g</a>
	11. Agenda <i>setting</i>	<a href="https://youtu.be/c_sCFoGf7R8">https://youtu.be/c_sCFoGf7R8</a>
	12 <i>Framing</i>	<a href="https://youtu.be/-YH-E60o4HQ">https://youtu.be/-YH-E60o4HQ</a>
	13. Los usos y gratificación	<a href="https://youtu.be/Hj5P5I8KBOA">https://youtu.be/Hj5P5I8KBOA</a>
III. Estudios sobre la construcción y deconstrucción de mensajes.	14. Modelo de Newcomb	<a href="https://youtu.be/s785tUCSo1k">https://youtu.be/s785tUCSo1k</a>
	15 Modelo de Jakobson	<a href="https://youtu.be/v8_n9cf1ooc">https://youtu.be/v8_n9cf1ooc</a>
	16. Teoría del signo lingüístico	<a href="https://youtu.be/ta17W64cCbI">https://youtu.be/ta17W64cCbI</a>
	17. Modelo de codificación y decodificación	<a href="https://youtu.be/bptUaaf2UAE">https://youtu.be/bptUaaf2UAE</a>
IV. La comunicación en las interacciones sociales y culturales.	18. Los sesgos cognitivos	<a href="https://youtu.be/8nzwrPYz38c">https://youtu.be/8nzwrPYz38c</a>
	19. El determinismo tecnológico	<a href="https://youtu.be/UDO_kepgu94">https://youtu.be/UDO_kepgu94</a>
	20. La escuela de Frankfurt	<a href="https://youtu.be/n02W3f5Kj2k">https://youtu.be/n02W3f5Kj2k</a>
	21. Axiomas de la comunicación	<a href="https://youtu.be/INVjwgk-o2U">https://youtu.be/INVjwgk-o2U</a>
	22. La espiral del silencio	<a href="https://youtu.be/pnsrWTMDCLg">https://youtu.be/pnsrWTMDCLg</a>

Fuente: Teocom (2022).

## 2.2. Descripción de la muestra

Este trabajo fue desarrollado con una muestra compuesta por ochenta y nueve (89) estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Técnica de Machala (Tabla 2), que cursaron la asignatura de Teorías de la Comunicación en el periodo académico 2021-2022, donde se utilizó el canal de YouTube como herramienta didáctica de apoyo.

**Tabla 2.** Datos sociodemográficos de la muestra

<b>Edad</b>	<b>De 18 a 23 años</b>	<b>De 24 a 29 años</b>	<b>De 30 a 35 años</b>	<b>De 36 a 41 años</b>	<b>Más de 41 años</b>
	82%	11.2%	4.5%	0%	2.2%
<b>Género</b>	<b>Masculino</b>	<b>Femenino</b>	<b>Otro</b>	<b>Prefiero no decirlo</b>	
	33.7%	65.2%	0%	1.1%	
<b>Espacio geográfico en el que viven</b>	<b>Urbana</b>			<b>Rural</b>	
	70.8%			29.2%	
<b>Ingresos económicos familiares (en dólares americanos)</b>	<b>Entre 1 y 425</b>	<b>Entre 426 y 850</b>	<b>Entre 851 y 1276</b>	<b>Entre 1276 y 1700</b>	<b>Más de 1700</b>
	64%	29.3%	4.5%	1.1%	1.1%

Fuente: elaboración propia.

## 2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La investigación se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo. Para esto se optó por un cuestionario, instrumento que se elaboró con base en ítems de cuestionarios de investigaciones similares publicadas por Arguedas y Herrera (2018); Abuín y Torres-Romay (2019); Bardakçı (2019); Colomo *et al.* (2020); Lozano Díaz *et al.* (2020); Andrade *et al.* (2021). El borrador inicial fue validado por 5 expertos del área de educación en entornos digitales. El resultado fue una herramienta constituida por 17 ítems distribuidos entre una sección de datos demográficos y 3 bloques: El primero bloque buscó recolectar información acerca del perfil socioeconómico de los estudiantes. El segundo se orientó a indagar en la relación del estudiante con la plataforma YouTube. El tercero se enfocó en los usos didácticos de los videos del canal de YouTube. Para la recolección de datos se utilizó el formato de encuesta autoadministrada mediante la herramienta Google Forms que permite procesar los datos desde la propia plataforma y descargarlos en una hoja de cálculo.

## 3. Resultados

Los resultados se muestran en tres categorías o unidades de análisis diferentes: 1) Relación del estudiante con YouTube, 2) Percepción de los estudiantes sobre la utilidad de los videos de YouTube como herramienta didáctica de apoyo, y 3) Principales usos de YouTube como herramienta didáctica de apoyo.

### 3.1. Relación del estudiante con YouTube

En la primera pregunta (tabla 3), se pidió que señalen cuánto tiempo destinan al consumo diario de videos de YouTube. En este caso el 59,6% aseguró que entre 1 y 3 horas; el 22,5% menos de una hora; el 16,9% de 4 a 6 horas; y el 1,1% entre 7 y 9 horas. Ninguno de los estudiantes consultados aseguró que consumía más de 9 horas diarias de YouTube.

En la siguiente pregunta (tabla 3) se indagó sobre cuál es el tiempo diario que destinan los estudiantes al consumo de contenido educativo en YouTube, en este caso, un 64% aseguró que entre 1 y 3 horas al día, mientras que un 34,8% indicó que menos de una hora, y un 1,1% de 4 a 6 horas. Con base en estos datos, se aprecia que el consumo de videos educativos por parte de los estudiantes, ocupa un porcentaje importante del tiempo diario que los estudiantes dedican a esta plataforma.

El próximo ítem (tabla 4) tuvo como intención conocer las cuentas principales que los estudiantes siguen, en este caso se destaca que, las cuentas dirigidas por profesores o formadores, de diversas áreas, ocupan el segundo lugar, luego de los canales de música, denotando nuevamente que existe un consumo considerable de contenido de tipo formativo.

**Tabla 3.** Tiempo de consumo diario de YouTube en los estudiantes

Tiempo de consumo diario de videos de YouTube	Menos de 1 hora	De 1 a 3 horas	De 4 a 6 horas	De 7 a 9 horas	Más de 9 horas
	22,5%	59,6%	16,8%	1,1%	0%
Tiempo de consumo diario de videos de YouTube con fines educativos	34,9%	64%	1,1%	0%	0%

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 4.** Principales tipos de cuentas a las que se suscriben los estudiantes

N	Tipo de cuenta	Porcentaje
1	Música	23,6 %
2	Profesores y formadores	16,9 %
3	Blogs de viajes	13,5 %
4	Gamers	10,1 %
5	Ciencia y tecnología	10,1 %
6	Moda y belleza	6,7 %
7	Otras	6,7 %
8	Deportes y fitness	4,5 %
9	Comediantes y actores	3,4 %
10	Cuentas de familiares	2,3 %
11	Cuentas de amigos	2,2 %
	<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia.

### 3.2. Percepción de los estudiantes sobre el uso de YouTube como herramienta didáctica

En esta sección se buscó conocer la percepción de los estudiantes con respecto al uso de los videos del canal de YouTube como herramienta didáctica en el desarrollo de la asignatura (tabla 5). Para este caso se utilizaron preguntas de acuerdo/desacuerdo.

La primera inquietud planteada fue: *Los videos proporcionados por el docente contribuyen a la adecuada comprensión de la información sobre los temas de la clase.* En este caso el 63,3% estuvo completamente de acuerdo con esta afirmación, el 21,3% parcialmente de acuerdo, el 6,7% completamente en desacuerdo, el 3,4% parcialmente en desacuerdo, y un 1,1% se mantuvo neutral.

**Tabla 5.** Percepción de los estudiantes sobre YouTube como herramienta didáctica de apoyo

	Completamente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Completamente de acuerdo
Los videos proporcionados por el docente contribuyen a la comprensión de los temas de la clase	6.7%	4.5%	1.1%	21.3%	66.4%
Los videos proporcionados por el docente son útiles para mi aprendizaje	7.8%	3.4%	1.1%	16.9%	70.8%
Los videos proporcionados fomentan el aprendizaje autónomo	5.6%	4.5%	3.4%	25.8%	60.7%
Me interesa que los docentes usen videos para explicar los contenidos de clases	6.7%	1.1%	3.4%	13.5%	75.3%

Fuente: elaboración propia.

La siguiente cuestión fue: *los videos proporcionados por el docente son útiles para mi aprendizaje*. Sobre esto, el 70,8% indico estar completamente de acuerdo, el 16,9% parcialmente de acuerdo; el 7,9% completamente en desacuerdo, el 3,4% parcialmente en desacuerdo, y 1,1% ni en desacuerdo ni de acuerdo.

Con respecto a si *los videos proporcionados fomentan el aprendizaje autónomo*, el 60,7% afirmó estar completamente de acuerdo; el 25,8% parcialmente de acuerdo; el 5,6% completamente en desacuerdo; el 4,5% parcialmente de acuerdo; y el 3,4% se mantiene neutral.

En la última pregunta de este bloque se planteó la afirmación: *Me interesa que los docentes usen videos para explicar los contenidos de clases*. En este caso, las respuestas fueron que el 75,3% está completamente de acuerdo, el 13,5% parcialmente de acuerdo; el 6,7% está completamente en desacuerdo; el 3,4% ni en desacuerdo ni de acuerdo, y el 1,1% parcialmente en desacuerdo.

### 3.3 Usos didácticos del canal de YouTube

En esta sección (tabla 6) se ubican las respuestas sobre los principales usos didácticos del canal de YouTube como herramienta de apoyo para el desarrollo de la materia. La primera inquietud planteada a los estudiantes fue: *Utilizo los videos del canal de YouTube para seguir instrucciones sobre tareas y actividades de la materia*. En este caso, el 50,6% manifestó estar completamente de acuerdo; el 36 % parcialmente de acuerdo; mientras que en todas las demás opciones se aprecia un 4,5% en cada una de ellas.

La siguiente inquietud fue: *Utilizo los videos proporcionados por el docente para aprender sobre los temas de clase de la asignatura*. En este caso se aprecia que el 61,8% está completamente de acuerdo con esta afirmación; un 27% parcialmente de acuerdo; un 5,6% parcialmente en desacuerdo; un 4,5% completamente en desacuerdo; mientras que un 1,1% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

A continuación, se consultó a los estudiantes si utilizan otros videos de YouTube para aprender temas de la asignatura. En este caso el 84,3% manifestó que si, mientras que el 15,7% aseguró que no.

Con lo cual se aprecia que la mayoría de estudiantes buscan contenidos en otros canales de YouTube para cuestiones relacionadas con su aprendizaje.

**Tabla 6.** Percepción sobre los principales usos didácticos de YouTube como herramienta didáctica

	<b>Completamente en desacuerdo</b>	<b>Parcialmente en desacuerdo</b>	<b>Ni en desacuerdo ni de acuerdo</b>	<b>Parcialmente de acuerdo</b>	<b>Completamente de acuerdo</b>
<b>Utilizo videos del canal de YouTube para seguir instrucciones sobre tareas y actividades de la materia</b>	4.5%	4.5%	4.5%	36%	50.5%
<b>Utilizo los videos proporcionados por el docente para aprender sobre los temas de clase de la asignatura</b>	4.5%	5.6%	1.1%	27%	61.8%
<b>Utilizo videos de otros canales de YouTube para aprender temas de la asignatura</b>	Si		No		
	84.3%		15.7%		

Fuente: elaboración propia.

La siguiente pregunta fue: ¿cuál de las siguientes es para usted la principal ventaja de contar con un canal de YouTube como herramienta de apoyo para la clase? (Tabla 7) El 33,7% aseguró que es, acceder al recurso a cualquier hora y desde cualquier lugar; un 22,5% seleccionó observar algunos aspectos del curso de forma más detallada y dinámica; el 16,9% acceder a explicaciones en caso de no asistir a clases; 15,7% estudiar a mi propio ritmo; y el 11,2% recrear situaciones difíciles de entender en clase.

**Tabla 7.** Percepción de los estudiantes sobre la principal ventaja del canal de YouTube

	<b>Acceder al recurso a cualquier hora y desde cualquier lugar</b>	<b>Recrear situaciones difíciles de entender en la clase</b>	<b>Poder estudiar a mi propio ritmo</b>	<b>Observar aspectos del curso de forma más detallada y dinámica</b>	<b>Acceder a explicaciones en caso de no poder asistir a clases</b>
<b>¿Cuál es la principal ventaja de contar con un canal de YouTube como herramienta de apoyo para la clase?</b>	33.7%	11.2%	15.7%	22.5%	16.9%

Fuente: elaboración propia.

Otra pregunta fue si consideran que las clases en video pueden reemplazar a las clases tradicionales (tabla 8). En este caso, el 53,9% aseguró que no; mientras que el 46,1% indicó que sí. A continuación, se pidió a los participantes, mediante la opción de una pregunta abierta, que indiquen las razones del porqué de su respuesta (tabla 9), y se evidenció que ambas posiciones se enfocan hacia dos aspectos principales. Los estudiantes que indicaron que sí, se refieren principalmente a cuestiones relacionadas con las facilidades que brinda el recurso tecnológico; por ejemplo, acceder a las clases en cualquier momento y desde cualquier lugar. Por otro lado, aquellos que indicaron que no, sus argumentos se orientan hacia la falta de interactividad y retroalimentación que se genera, a decir de ellos, mejor en una clase presencial.

**Tabla 8.** Percepción sobre viabilidad de reemplazar clases tradicionales por clases en video

<b>Considera que mediante clases en video se puede reemplazar a las clases tradicionales</b>	
Sí	No
46.1%	53.9%

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 9.** Principales argumentos de los estudiantes sobre reemplazar clases tradicionales con videos

<b>A favor</b>	<b>En contra</b>
Sería más fácil ya que tengo información y la puedo consultar siempre.	No, siempre es necesario el compartir con el docente para que una duda sea resuelta de mejor manera.
Permite tener la información accesible las 24 horas	No hay nada mejor que poder interactuar en clases y compartir diferentes puntos de vistas.
Por qué el vídeo es un poco más entendible o si no se lo logra entender lo podemos repetir hasta entenderlo.	No, debido a que si en un determinado caso no nos quedó claro el tema podemos preguntarle directamente en vivo al profesor el mismo que nos dará una explicación.
Sí, pero con mucho esfuerzo y dedicación de parte del docente, con dinámicas, videos y actividades virtuales, no como en otros casos que los docentes solo leen diapositivas s de corrido durante 3 horas.	Porque una clase tradicional tiene menos distracciones y se pueden generar preguntas y obtener respuestas más específicas y claras, sin tener interrupciones como una pausa o corte por el internet o anuncios.
Porque en videos uno más entiende de lo que explica el profesor.	Porque de alguna manera en el video podrá estar toda la información, pero siempre y cuando necesitarían de una retroalimentación por parte del docente usando otro tipo de palabras para su respectiva comprensión del tema.

Fuente: elaboración propia.

#### 4. Discusión y conclusiones

Al desarrollar este estudio se constató que en la literatura académica las investigaciones sobre YouTube y educación se centran principalmente en las potencialidades educativas de esta plataforma, por otro lado, los estudios sobre percepciones de estudiantes y profesores son escasos; y más aún lo son aquellos que se enfocan en experiencias de creación de canales de YouTube como herramientas didácticas de apoyo.

Los resultados de este trabajo evidencian que los estudiantes universitarios están muy familiarizados con el uso de YouTube puesto que la mayoría dedican entre 1 y 3 horas diarias a ver videos en esta plataforma, siguen principalmente cuentas relacionadas con el entretenimiento; aunque el consumo de contenidos sobre algún tipo de formación también se ubica entre sus preferencias. Por ende, en esta investigación se está de acuerdo con la visión de que los estudiantes universitarios

practican un uso intensivo de las plataformas sociales las cuales forman parte de sus vidas y tareas cotidianas (González *et al.*, 2016).

Aparentemente, en contextos actuales, es común que los estudiantes universitarios usen videos de YouTube para su aprendizaje, puesto que la mayoría indican dedicar un tiempo considerable al consumo de contenidos formativos, también aseguran utilizar videos de otros canales diferentes al creado para esta investigación; y se muestran muy favorables a que otros docentes utilicen videos en sus clases.

Con respecto a la percepción de los estudiantes sobre el uso de los videos del canal de YouTube como herramienta didáctica, se aprecia que la mayoría de los participantes tienen una opinión positiva al respecto, puesto que indican que los videos del canal incidieron positivamente en su aprendizaje. Estos resultados concuerdan con investigaciones similares como la de Roodt *et al.* (2011), quienes plantean que los estudiantes universitarios consideran que los videos de YouTube afectaban positivamente en sus estudios.

Sobre los usos didácticos del canal de YouTube, los estudiantes universitarios valoran positivamente las opciones: 1) aprender sobre los temas de clases; y 2) seguir instrucciones sobre tareas y actividades de la materia. Es decir, el canal juega un papel fundamental de tipo formativo y orientativo. También se aprecia que uno de los beneficios principales es que fomenta el aprendizaje autónomo.

Los resultados de esta investigación muestran que los estudiantes universitarios consideran que la principal ventaja de contar con un canal de YouTube como herramienta de apoyo en una asignatura es que pueden acceder al recurso a cualquier hora y desde cualquier lugar, también fue muy valorada la opción de observar aspectos del curso de forma más detallada y dinámica, y tercero, pero no menos importante acceder a explicaciones en caso de no poder asistir a clases. Esto se asemeja a las ventajas del uso de YouTube para profesores planteadas por Srinivasacharlu (2020) se puede ver en cualquier momento y en cualquier lugar, siempre que tengan acceso a internet; y 2) los conceptos complejos se pueden aclarar, mediante la ilustración de conceptos, procedimientos, procesos, gráficos, etc.

Otro dato que llama la atención, es la división de opiniones, no tan alta, entre los estudiantes universitarios, sobre si consideran que las clases en video pueden reemplazar a las clases tradicionales; en este caso, si bien la opción más seleccionada fue «no» con un 53.9%; el «si» obtuvo un 46,1%, lo que evidencia que la idea de las clases en video también tiene un número considerable adeptos.

Sobre los motivos que argumentan para estas respuestas se aprecia dos posiciones predominantes, los que están a favor se refieren a cuestiones como la facilidad que brinda el recurso para acceder a las clases en cualquier momento y desde cualquier lugar, así como, la posibilidad de reproducir los videos la cantidad de veces que sean necesarias hasta comprender el contenido. Esto va en línea con los resultados planteados sobre la principal ventaja de usar YouTube como herramienta didáctica de apoyo. Por otro lado, aquellos que indicaron que no, plantean argumentos como la falta de interactividad y retroalimentación, que se genera mejor en una clase presencial. Esta preocupación es similar a la de Peña (2011) quien asegura que una de las principales limitaciones del uso de plataformas sociales en la educación es que su abuso incentiva la pérdida de contacto personal, lo que cual es una amenaza para el desarrollo de las habilidades de interacción y socialización en los jóvenes.

En este escenario, los maestros juegan todavía un papel fundamental en el desarrollo de las clases, debido a que la mayoría valoran positivamente la interacción interpersonal y retroalimentación que pueden recibir de ellos en una clase presencial, más aún en una sociedad post COVID-19, donde impera la educación emocional tras el afrontamiento de una crisis pandémica que afectó al estudiantado, pero al mismo tiempo al profesorado (Tejedor *et al.*, 2020). Por tanto, si bien es importante el enfoque tecnológico y la alfabetización informacional en el campo educativo no se puede ser indiferente al rol protagónico del docente en la praxis, a través de un performance que combine los beneficios de ambas modalidades, virtual y presencial. La calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje depende de ello (Tejedor *et al.*, 2021).

En lo referente a cuestiones metodológicas, una limitación es la característica de la muestra puesto que se accedió a 89 participantes, todos ellos pertenecientes a una universidad pública, donde la mayoría, según sus ingresos familiares, pertenecen a al sector menos privilegiado económicamente; por ende, no se pueden considerar los resultados como generalizables a la población universitaria,

puesto que, para ello, se debería abarcar un espectro sociodemográfico más amplio, a fin de conocer percepciones de otros sectores.

Otra limitación de este estudio es que se realizó con un porcentaje mayor de contenidos que fueron creados cuando se inauguró el canal y un porcentaje menor de videos de reciente creación; en estos últimos, se aprecia mejor técnica y calidad de producción, producto de la experiencia acumulada, esto significa que los videos proporcionados a los estudiantes varían en calidad.

Posteriores estudios pueden ir más allá de las percepciones y centrarse en valorar la eficacia o impacto real de los videos de YouTube en el aprendizaje de los estudiantes. También se pueden realizar trabajos donde la producción del contenido sea desarrollada por los estudiantes; y, por último, pero no menos importante, sistematizaciones de experiencias relacionadas con la formación de docentes para la implementación y uso de canales de YouTube con fines educativos.

## Referencias

- Abuín, J. y Torres-Romay, E. (2019). El uso de YouTube como herramienta de apoyo docente en el ámbito universitario: la perspectiva de los estudiantes. *EDUNOVATIC2019*, 300.
- Aguado, J. y Martínez, I. (2012). El medio líquido: la comunicación móvil en la sociedad de la información. En F. Sierra, F. Moreno y C. Valle (Coords.), *Políticas de comunicación y ciudadanía cultural iberoamericana* (pp. 119-175). Gedisa.
- Alexa (2022). The top 500 sites on the web. *Alexa*. <http://www.alexa.com/topsites>
- Andrade-Vargas, L., Iriarte-Solano, M., Rivera-Rogel, D. y Yunga-Godoy, D. (2021). Jóvenes y redes sociales: Entre la democratización del conocimiento y la inequidad digital. *Comunicar*, 69, 85-95. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-07>
- Arab, E. y Diaz, G. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativo. *Condes*, 26(1), 7-13. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2014.12.001>
- Arguedas, C. y Herrera, E. (2018). Un canal en YouTube como herramienta de apoyo a un curso de física en educación a distancia. *Ensayos Pedagógicos*, 13(1), 107-130.
- Bardakcı, S. (2019). Exploración del uso educativo de YouTube por parte de estudiantes de bachillerato. *Revista Mexicana de Bachillerato a Distancia*, 11(22).
- Beltrán-Flandoli, A. M., Pérez-Rodríguez, A. y Mateus, J. C. (2023). YouTube como ciberaula. Revisión crítica de su uso pedagógico en la Universidad Iberoamericana. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 26(1), 287-306.
- Buitrago, Á., García, A. M. y Flandoli, A. M. B. (2022). De'youtubers'a'cultubers'. Un fenómeno de divulgación académica, cultural y científica en YouTube. *Index. comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 12(2), 55-77.
- Calderón-Garrido, D. y Gil-Fernández, R. (2022). Explorando adopciones, finalidades y usos de las redes sociales en el ámbito educativo desde la perspectiva de Usos y Gratificaciones. Representaciones de los futuros docentes y los profesores en ejercicio. *Aula abierta*, 51(1), 67-74.
- Castañeda, L. (2009). El ciber salon: Educación Superior y YouTube. *Chasqui*, 106, 76-81.
- Colás-Bravo, P. y Quintero-Rodríguez, I. (2023). YouTube y Aprendizaje: Una Revisión Bibliográfica Sistemática. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*.
- Colomo, E., Gabarda, V., Civico, A. y Cueva, N. (2020). Percepción de estudiantes sobre el uso del videoblog como recurso digital en educación superior. *Pixel Bit*, 59, 7-25. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.74358>
- Espuny, C., González, J., Fortuño, M. y Gisbert, M. (2011). Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios. *Universities and Knowledge Society Journal*, VIII(1), 171-185.
- Flores, J. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, 33, 73-81. <http://10.3916/c33-2009-02-007>
- García-Valcárcel, A. y Tejedor Tejedor, F. (2017). Percepción de los estudiantes sobre el valor de las TIC en sus estrategias de aprendizaje y su relación con el rendimiento. *Educación XX1*, XX(2), 137-159. <http://10.5944/educXX1.13447>
- González, J., Lleixà, M. y Espuny, C. (2016). Las redes sociales y la educación superior: las actitudes de los estudiantes universitarios hacia el uso educativo de las redes sociales, de nuevo a examen. *Education in the Knowledge Society*, 17, 21-38.
- Haro, J. (2010). Redes sociales en educación. En C. Naval, S. Lara, C. Ugarte y Ch. Sádaba. (Eds.) *Educación para la comunicación y la cooperación social* (pp. 203-215). Consejo Audiovisual de Navarra.
- Hattingh, M. (2017). Una investigación preliminar de la idoneidad de YouTube como plataforma de aprendizaje informal. En H. Xie, E. Popescu, G. Hancke y B. Fernández Manjón (Eds.), *Advances in Web-Based Learning* – ICWL. Springer.
- Hong, X. y Chen, W. (2015). Fundamentos de la teoría de la psicología de la educación y principios didácticos del método de enseñanza de la música creativa. En *Actas de la conferencia sobre Informatización en Educación, Gestión y Negocios*. (pp. 718-722). Atlantis Pres.
- Imbernón-Muñoz, F., Silva-García, P. y Guzmán-Valenzuela, C. (2011). Competencias en los procesos de enseñanza-aprendizaje virtual y semipresencial. *Comunicar*, 36, 107-114. <https://doi.org/10.3916/C36-2011-03-01>

- Jiménez, C. y Gaitán, B. (2013). *Análisis de los factores que motivan a los estudiantes de la Universidad Autónoma de Occidente a difundir contenidos virales en la Red*. Universidad Autónoma de Occidente.
- Lozano Díaz, A., González Moreno, J. y Cuenca Piqueras, C. (2020). Youtube como recursos didáctica en la Universidad. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 9(2), 159-180. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v9i2.12051>
- Martín-Moreno, Q. (2004). Aprendizaje colaborativo y redes de conocimiento. *Libro de actas de las IX Jornadas Andaluzas de Organización y Dirección de Instituciones Educativas* (pp. 55-70). Grupo Editorial Universitario.
- Martínez-Sala, A. M. y Alemany-Martínez, D. (2022). Redes sociales educativas para la adquisición de competencias digitales en educación superior. *Revista mexicana de investigación educativa*, 27(92), 209-234.
- Murua, I., Gallego, D. y Cacheiro, M. (2015). Caracterización de las cibercomunidades de aprendizaje. *RED*, 47.
- Pattier, D. y Daniel Ferreira, P. (2022). El vídeo educativo en educación superior durante la pandemia de la COVID-19. *Pixel-Bit, Revista de Medios y Educación*, 65.
- Pattier, D. (2020). Mirando al futuro: cómo influir en educación a través de un canal de YouTube. *Revista Tecnología Educativa*, 5(1), 85-94.
- Pérez, A. y García R. (2020). El engagement del influencer en YouTube como recurso educativo para la innovación en el aula. En A. M. de Vicente Domínguez & J. Sierra Sánchez (Coords.). *Aproximación periodística y comunicativa al fenómeno de las redes sociales*. (pp. 643-657). México: McGraw-Hill
- Pérez, M., Ortiz, M. y Flores, M. (2015). Redes sociales en educación y propuestas metodológicas para su estudio. *Ciencia, docencia y Tecnología*, XXVI(50), 188-206.
- Peña, B. (2011). El alcance de la educación multimedia: las redes sociales y la transformación social. *Etic@net*, 10, 1-20.
- Roodt S., Harry N. y Mwapwele S. (2017). El efecto del uso de YouTube en el aula para la participación de los estudiantes de la generación Net en un curso de sistemas de información. En J. Liebenberg y S. Gruner (Eds.). *Educación en TIC. SACLA 2017. Comunicaciones en Ciencias de la Información y la Computación* (Vol. 730). Springer. <https://bit.ly/3JDgLhD>
- Rodríguez, M. y Fernández, J. (2017). Uso del recurso de contenido del aprendizaje en línea: *YouTube*. *Apertura*, 9(1), 22-31.
- Ruiz, C. (2016). Redes sociales y educación universitaria. *Paradigma*, 37(1), 232-256.
- Srinivasacharlu, A. (2020). Uso de YouTube en facultades de educación. *Shanlax International Journal of Education*, 8(2), 21-24.
- Tejedor, S., Cervi, L., Tusa, F. y Parola, A. (2020). Educación en tiempos de pandemia: reflexiones de alumnos y profesores sobre la enseñanza virtual universitaria en España, Italia y Ecuador. *Revista latina de comunicación social*, 78, 1-21.
- Tejedor, S., Cervi, L., Pérez-Escoda, A., Tusa, F., & Parola, A. (2021). Higher education response in the time of coronavirus: perceptions of teachers and students, and open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 43.
- Vera Balderas S. y Moreno Tapia, J. (2021). Experiencias de aprendizaje en YouTube, un análisis durante la pandemia de COVID-19. *IE*, 12, e1139. [http://10.33010/ie\\_rie\\_rediech.v12i0.1139](http://10.33010/ie_rie_rediech.v12i0.1139)
- Wasserman, S. y Faust, K., (2013). *Análisis de redes sociales: Métodos y aplicaciones*. Centro de Investigaciones Sociológicas.