



Investigación Original

Favorabilidad de los Tutoriales de YouTube en el Proceso Comunicativo de Aprendizaje en los Estudiantes de la Universidad Cooperativa de Colombia, Campus Bogotá

John Jairo Molina Roncancio, Universidad Cooperativa de Colombia, Colombia

Recibido: 20/12/2023; **Aceptado:** 08/02/2024; **Publicado:** 20/04/2024

Resumen: La relación comunicativa que se presenta en las aulas de clase, de manera explícita a nivel universitario, ha permitido develar la presencia de nuevos medios y canales para los procesos de enseñanza aprendizaje, donde los recursos audiovisuales presentes en la plataforma YouTube, tutoriales, han alcanzado importantes niveles de usabilidad y preferencia por parte de los estudiantes, quienes los tienen en cuenta como fuentes de información. A partir de esto se desarrolló una investigación de corte cualitativo, mediante cuestionarios, para conocer las percepciones de 320 estudiantes universitarios sobre la pertinencia del uso de tutoriales de YouTube, en sus momentos de enseñanza aprendizaje en el aula, queriendo valorar sus experiencias y expectativas. Globalmente, el ejercicio investigativo permitió identificar variables para el análisis y formulación de estrategias con impacto curricular, aportando a la mejora continua de los procesos comunicativos en los entornos educativos, en donde la relación profesor-estudiante se puede potenciar desde preceptos de asertividad y eficiencia, a partir del lenguaje digital representado en los recursos audiovisuales.

Palabras Clave: Proceso Comunicativo, Enseñanza-Aprendizaje, Recursos Audiovisuales, Tutoriales de YouTube, Nativos Digitales, Prosumidores.

Introducción

El proceso comunicativo que históricamente se ha presentado en las aulas de clase, ha venido transformándose a partir de la inclusión y usabilidad de nuevos canales y medios para la comunicación entre profesores y estudiantes, algunos de estos bajo formatos audiovisuales que, desde su combinación natural de video, imagen y audio, promueven interés y atención de los receptores (estudiantes), bajo estrategias didácticas desde la persuasión, que son planificadas por los emisores (profesores).

Lo anterior desde la realidad que implica reconocer las características que tienen los estudiantes de hoy, de manera explícita, en niveles de formación universitaria, popularmente denominados como nativos digitales, “quienes aprenden acerca de una gran variedad de cuestiones a través de juegos, sitios de redes sociales (SRS), consultas entre pares, foros y tutoriales online” (Cassany 2008, 55 Ayala, 2008).

A partir de dicha premisa, se adelantó una investigación de enfoque cualitativo, donde participaron una muestra de estudiantes de pregrado, de la Universidad Cooperativa de Colombia, campus Bogotá, bajo el objetivo central de conocer sus percepciones acerca del uso de recursos audiovisuales, como los tutoriales de YouTube, dentro de los procesos comunicativos de enseñanza aprendizaje.

En ese sentido, se tomó como objeto de estudio un grupo poblacional de nativos digitales, a partir de sus rangos de edad, “nacidos entre 1980 y 1994, a quienes denominamos nativos digitales 1.0 y la de nacidos entre 1995 y el 2000, a quienes denominamos nativos digitales 2.0” (Linne 2014, 210), para identificar los niveles de favorabilidad o no, sobre el uso de tutoriales de YouTube como herramienta efectiva de aprendizaje, desde sus experiencias en clase y sus hábitos de estudio de manera autónoma.

Es importante resaltar la especificidad dirigida hacia este tipo de medios audiovisuales, teniendo en cuenta que “en YouTube existen recursos digitales como los tutoriales o videoblogs: videos específicos y breves, lo que resulta atractivo para la población juvenil” (Bonk 2011, 20); de igual forma, a partir de la premisa de avanzar en estrategias didácticas que le apunten a procesos de enseñanza aprendizaje eficaces, teniendo en cuenta preceptos básicos del proceso comunicativo como: saber quiénes son los receptores de la información y a partir de esto generar acciones asertivas de comunicación, desde el uso de los canales adecuados.

A su vez, es significativo reconocer el compromiso de los profesores, quienes, como mentores en permanente formación, han venido asimilando los cambios que conlleva vivir en la sociedad del conocimiento, desde las dinámicas y tendencias que se establecen en el sector de la educación a nivel mundial; así mismo de su voluntariedad, teniendo en cuenta que para garantizar buenas experiencias de enseñanza aprendizaje “debemos derrochar imaginación, debemos inventar. Hay que adaptar los materiales a la lengua de los Nativos” (Prensky 2001, 2).

De esa manera, es estratégico sistematizar las experiencias de aprendizaje que los estudiantes exponen, de manera argumentativa, alrededor de la usabilidad que hacen sobre recursos audiovisuales como los tutoriales de YouTube; ya que, a partir de dicha información y su respectivo análisis, se pueden formular acciones comunicativas de índole pedagógico que le aporten al fortalecimiento de las instituciones educativas, y por ende la sintonía en el aula entre profesores y estudiantes, teniendo en cuenta que “parte del proceso de desarrollo de la misma educación implica la exploración y descubrimiento de elementos que puedan generar nuevas posibilidades educativas” (Salazar 2022, 116, Áaron 2022).

En la misma línea, “se ha podido constatar que existen múltiples posibilidades para implementar la tecnología en educación superior, tanto a nivel de herramientas como de metodologías que se apoyan en su potencialidad” (Cuevas 2022, 45 Gabarda 2022); cuestión que debería incluir los aportes, experiencias y expectativas de la comunidad estudiantil, a fin

de garantizar procesos de comunicación adecuados en donde se busque un beneficio común: el aprendizaje para toda la vida.

Aproximación Teórica

El proceso comunicativo que se da dentro de las aulas, para los escenarios de enseñanza aprendizaje, requiere que sus protagonistas generen un vínculo directo que permita un *feedback* permanente, donde la información representada en nuevo conocimiento sea realmente apropiada y debatida. En ese sentido, “todo acto educativo es por tradición un acto comunicativo, es decir, es el intercambio de información entre una fuente de información y un destino” (Pedroso 2000, 124).

Dichos elementos comunicativos presentes en los procesos de enseñanza aprendizaje, han venido evolucionando a la par de las nuevas tecnologías, lo que supone no solo un cambio en las formas de transmitir la información; sino en los medios que se usan para dicho precepto. De esa manera, el tradicional: emisor (profesor como fuente de información), mensaje (información desde el nuevo conocimiento), canal (instrumentos para la enseñanza) y receptor (estudiante como sujeto), actualmente atestiguan cambios desde un elemento muy influyente para que la relación profesor-estudiante sea realmente fructífera: el canal.

En ese sentido, estos nuevos canales del proceso comunicativo han surgido con el auge del internet, extrapolando en las metodologías y objetivos de enseñanza de los profesores, de cara al presente y futuro de la sociedad, la misma que ha venido reemplazando el popular proceso: “quien «sabe» a quien no «sabe», porque la información será accesible en todo momento” (Pedroso 2000, 126); cuestión que expone nuevas fuentes de información y conocimiento, de libre y fácil acceso, donde los estudiantes de hoy, en su gran mayoría, actúan de manera natural y mecánica.

De esa manera, el proceso comunicativo que presume la enseñanza aprendizaje en las aulas de clase ha venido adoptando nuevos canales, mediados por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), donde se hallan varios beneficios: “ampliación de la oferta informativa, creación de entornos flexibles para el aprendizaje, eliminación de las barreras espaciotemporales, incremento de las modalidades comunicativas, potenciación de los escenarios y entornos interactivos, favorecer el aprendizaje independiente y autoaprendizaje” (Morales 2015, 110; Trujillo 2015), entre otros, que en síntesis son de amplio beneficio para profesores y estudiantes.

A partir de esto, es importante reconocer algunas de las ventajas que aportan las TIC dentro del proceso comunicativo que se presenta en la enseñanza aprendizaje, y más ahora, bajo las demandas que requiere la actual sociedad del conocimiento. A este fenómeno mundial que involucra a la educación, se han sumado desafíos para promover la interacción

en el aula, entendiendo que “la innovación tecnológica en materia de TIC ha permitido la creación de nuevos entornos comunicativos y expresivos que abren la posibilidad de desarrollar nuevas experiencias formativas, expresivas y educativas” (Ferro 2009, 45; Martínez 2009).

Es así como las particularidades de las TIC en el proceso enseñanza aprendizaje, han develado medios y formatos no convencionales como los recursos audiovisuales, bajo la combinación de imágenes no estáticas y sonido, que promueven sintonía entre emisores y receptores presentes en el aula; partiendo de que “el alumno no solo se constituye en un receptor de información, sino que tiene una gran responsabilidad en la construcción de su propio conocimiento en el proceso de aprendizaje” (Alcívar 2019, 43; Calderón 2019).

A raíz de lo anterior, los recursos audiovisuales se han venido consolidando como canales aliados para el proceso comunicativo en las aulas de clase, en donde el profesor puede encontrar estrategias didácticas para la enseñanza y el estudiante un lenguaje amigable para sus procesos de aprendizaje, por tal motivo “su utilización, puede ayudar a potenciar el interés, la creatividad, la retención y el aprendizaje autónomo y significativo de los alumnos” (Botía 2019, 87; Marín 2019).

De esa manera, promover la usabilidad estos nuevos canales, recursos audiovisuales, en coherencia con el lenguaje digital que hoy predomina en los jóvenes universitarios, resulta estratégicamente adecuado, partiendo de la premisa de utilizar los medios correctos para que la información llegue a partir de las preferencias de los receptores de esta, a través de los sentidos, en este caso la vista y el oído simultáneamente, priorizando la interacción de los alumnos y el desarrollo de contenidos por parte de ellos, reforzando de esta manera los temas tratados (Botía 2019, 87, Marín 2019).

Resulta importante destacar, que los recursos audiovisuales en el aula logran fusionar distintos formatos para el intercambio de información, dos de los más recurrentes: la imagen y el sonido, directamente relacionados con los dos sentidos anteriormente relacionados por Botía y Marín, logrando sintonía con los estudiantes. De esa manera, cabe resaltar la tipología de recursos audiovisuales que con mayor frecuencia se presentan en las aulas, entre ellos: las diapositivas, las animaciones, las películas, los documentales y los tutoriales de YouTube.

Frente al último tipo de recurso audiovisual referido, tutoriales de YouTube, es importante destacar que son estos los que con mayor frecuencia utilizan las personas del común para ahondar en algún tema de su interés, partiendo de los atributos que tienen, como representación de una de las redes sociales más populares del mundo, en la que se publican videos de cualquier tema, compartidos fácilmente con una gran audiencia de manera gratuita (Freeman 2007, 209, Chapman 2007), postulándose así como una fuente de información predilecta, que es usada por miles de personas a nivel mundial.

En el caso de los jóvenes universitarios, es importante atender sus características, en su mayoría usan recursos audiovisuales presentes en la plataforma YouTube, desde su autonomía e intención de querer aprender de una manera más práctica y libre, “en correspondencia a

que los avances tecnológicos han cambiado el ambiente de aprendizaje dentro y fuera de las aulas” (Marqués 2013, 8), lo que supone mayores fuentes de información, basadas en una variedad de elementos comunicativos que atraen a las nuevas generaciones.

De esa manera, los tutoriales de YouTube cada vez deberían ser más valorados como videos educativos, bajo un precepto de aprobación y usabilidad desde el aprendizaje que tiene el respaldo de la mayoría los estudiantes, “quienes aprecian mejor la información cuando acceden a contenidos audiovisuales porque se identifican mejor con las temáticas socializadas en clases” (García 2015, 44), generando de esa manera momentos reales de atención, participación e interactividad entre compañeros y hacia sus receptores de la información: los profesores.

A su vez, los tutoriales de YouTube; y “su empleo en el contexto académico no es nuevo, pero sí innovador en el ámbito práctico porque permite un mayor nivel de acercamiento de los estudiantes con temáticas surgidas en el proceso de enseñanza y aprendizaje” (Colás 2022, 39, Quintero 2022), teniendo en cuenta las características de las nuevas generaciones, que han venido siendo clasificadas como nativos digitales, con sus respectivas particularidades y actitudes, dentro y fuera del aula, mediados por un sinnúmero de redes sociales, en donde los formatos audiovisuales gozan de su preferencia.

Las ya mencionadas características de “las generaciones que actualmente están en las aulas universitarias, hablantes nativos del lenguaje digital” (Prensky 2001, 15), se representan en un alto nivel de dominio sobre las nuevas tecnologías y sus distintas expresiones sociales, lo que denota que este grupo poblacional tiene como consecuencia “un mayor desarrollo de habilidades como la interpretación de imágenes visuales, representaciones tridimensionales, mapas mentales, la representación mental de combinaciones de formas, el descubrimiento inductivo, la atención simultánea sobre distintos focos” (Uriarte 2009), entre otras.

En ese sentido, los nativos digitales demuestran su gusto por recursos audiovisuales como lo son los tutoriales de YouTube, debido a que en ellos encuentran una fuente de información amigable y que se ajusta a ese lenguaje digital que tanto utilizan, en donde formatos como el video, las imágenes y el sonido permiten que su proceso comunicativo en el aula, aprendizaje, sea fructífero. De igual forma, es importante destacar que “estas generaciones también son capaces de investigar y profundizar en los temas que les interesan y que el verdadero peligro está en aquellos que no están familiarizándose con las nuevas tecnologías como un medio para obtener la información que necesitan” (Uriarte 2009, 38, Beltrán 2009).

A partir de lo anterior, cabe la pena ahondar en los hábitos naturales de los nativos digitales que enmarcan el “investigar y profundizar los temas que les interesan”, cuestión que permite analizar otro ajuste al proceso comunicativo presente en la enseñanza aprendizaje, desde el rol del receptor (estudiante), quien viene asumiendo posturas relacionadas con la

interacción y participación, desde el precepto particular que destaca a los prosumidores de la información.

Este ajuste en el proceso comunicativo, desde el rol del receptor, ha permitido identificar que los estudiantes en el aula ya no solo reciben información, sino que también la producen, cuestión que es promovida por la tecnología y que corresponde a una de las aristas que más caracterizan a los nativos digitales. De esa manera, dichas actitudes han sido clasificadas bajo el término de “prosumidor de la información: alguien que interactúa creativamente con la tecnología, produciendo y participando en la esfera global” (Ferrari 2018, 45).

De esa manera, es importante valorar la usabilidad que, desde su rol de prosumidor, los nativos digitales les dan a los recursos tecnológicos para sus procesos comunicativos de aprendizaje, partiendo de que cada vez es más común que “el estudiante, con la edad, va adquiriendo más consciencia sobre la utilidad de los recursos mediáticos y digitales para fines académicos, dejando de utilizarlos como meros instrumentos de entretenimiento o socialización para comenzar a utilizarlos como herramientas educativas” (Bonilla 2018, 33, Mantecón 2018).

Metodología

El presente estudio corresponde a un enfoque cualitativo ya que, “la investigación se conduce básicamente en ambientes naturales, donde los participantes se comportan como lo hacen en su vida cotidiana” (Vega 2014, 11, Ávila 2014), desde las experiencias en clase y los hábitos de estudio preferentes, a partir del uso de la encuesta como técnica principal de recolección de información.

Lo anterior teniendo en cuenta que, “a través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos” (Reyes 2015, 8), por lo que a partir del cuestionario propuesto, se generaron una serie de preguntas para alcanzar el presente objetivo de investigación: conocer las percepciones de un grupo de estudiantes, de la Universidad Cooperativa de Colombia, campus Bogotá, acerca del uso de recursos audiovisuales (tutoriales de YouTube), en sus procesos de enseñanza aprendizaje, en el aula.

Dentro del formulario de la encuesta se plantearon 15 preguntas, las primeras seis con la intención de caracterizar a la población y validar su condición de estudiante activo; y las nueve restantes con relación al objetivo principal de la encuesta: “conocer las percepciones de un grupo de estudiantes acerca del uso de recursos audiovisuales (tutoriales de YouTube), en sus procesos de enseñanza aprendizaje, en el aula”.

La muestra de la encuesta se encuentra representada por 320 estudiantes de pregrado, matriculados para el periodo académico 2022-2, en el Campus Bogotá de la Universidad Cooperativa de Colombia, quienes participaron del sondeo de manera presencial. Cada uno de los estudiantes consultados, aprobó que sus aportes fueran analizados dentro de un proceso de investigación y con fines académicos.

Resultados

Durante el segundo semestre académico del 2022 (agosto a noviembre), se realizaron 320 encuestas presenciales al mismo número de estudiantes de la Universidad Cooperativa de Colombia, en su seccional Bogotá, en el marco de una investigación financiada por dicha institución. El objetivo principal de la encuesta tuvo como intención conocer las percepciones de jóvenes universitarios acerca del uso de recursos audiovisuales como estrategia de mejora en el proceso comunicativo necesario para la enseñanza aprendizaje en el aula. Para la respectiva fase de recolección de información, se contó con la participación de un auxiliar de investigación, quien colaboró en el proceso de aplicación de las encuestas y análisis de los resultados.

Los resultados generales, a raíz de las encuestas realizadas a los jóvenes universitarios que oscilan en edades entre los 16 y 30 años se resumen, a modo de caracterización de la muestra, en la siguiente ficha técnica.

Encuestadores	Mg. John Jairo Molina (investigador principal). Paola Andrea Acero Loaiza (auxiliar de investigación).
Periodo de recolección de información	Septiembre a noviembre de 2022.
Universo de la encuesta	Estudiantes de pregrado, UCC seccional Bogotá.
Muestra de la encuesta	Estudiantes de seis programas académicos: -Tres acreditados de alta calidad (Derecho, Ingeniería de Sistemas y Contaduría Pública). -Uno a espera de respuesta de acreditación (Psicología). Dos en ruta de acreditación (Comunicación Social y Odontología).
Objetivo de la encuesta	Conocer las percepciones de un grupo de estudiantes acerca del uso de recursos audiovisuales (tutoriales de YouTube), en sus procesos de enseñanza aprendizaje, en el aula.
Tipo de preguntas aplicadas	6 para la caracterización de la población. 9 relacionadas de manera directa con el objetivo principal de la encuesta.
Margen de error	4% (participantes duplicados o no identificados).

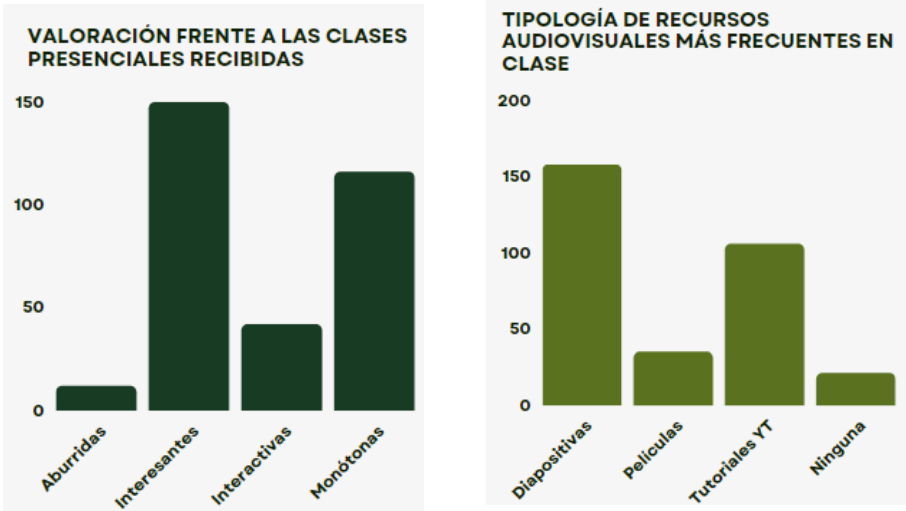
Figura 1: Ficha Técnica Población Estudiantil Encuestada

Fuente: Molina, 2023

Cabe resaltar que, en la muestra intervenida, de los 320 encuestados hubo participación de 180 estudiantes de la jornada diurna y 140 de la jornada nocturna; de igual forma la intervención tuvo impacto en todos los niveles académicos (semestres), procurando de esa manera obtener resultados representativos de toda comunidad estudiantil , bajo términos diferenciales de edades, tiempos de permanencia, antigüedad; en la Universidad y niveles de competencias profesionales adquiridas, resaltando la consulta intencional desde un precepto equipar, que arrojó una participación femenina del 58% y masculina del 42%.

Frente a los resultados que de manera directa se relacionan con la intención propia de la encuesta, enmarcada en el objetivo de la investigación propuesta: “percepciones estudiantiles sobre el uso de recursos audiovisuales, tutoriales de YouTube, para el proceso comunicativo de enseñanza – aprendizaje en la UCC, Bogotá”, es importante destacar que la mayoría de la población encuestada, valora de manera positiva el uso de este tipo de herramientas, tal cual como se evidenciará en los siguientes análisis de resultados.

En ese sentido, las primeras preguntas de la encuesta buscaron identificar las valoraciones de los estudiantes frente sus experiencias en clase, indagando de manera directa si estas eran interactivas, interesantes, monótonas o aburridas. Seguido a esto, se quiso identificar el tipo de recursos audiovisuales más frecuentes durante las clases, entre las opciones de: tutoriales de YouTube, presentaciones de PowerPoint, películas o ninguna de las anteriores.



Figuras 2 y 3: Resultados en Barra, Preguntas 1 y 2 de la Encuesta Principal
Fuente: Molina, 2023

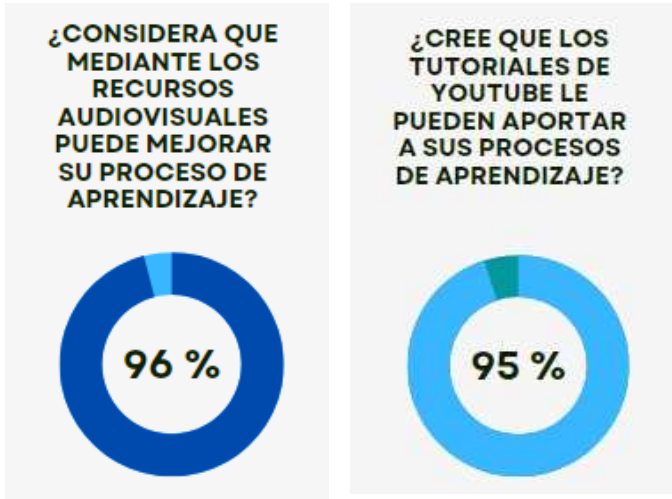
A partir de los resultados expuestos en la figura 2, se concluye que, aunque la mayoría de los encuestados afirman que las clases recibidas en sus procesos de formación profesional son interesantes (47%), por su parte una de las variables que destaca el uso de recursos audiovisuales para la enseñanza aprendizaje, como lo es la interactividad, es la segunda menos

valorada con un 13% de aceptación. Lo anterior supone la presencia de recursos que llaman la atención de los estudiantes, pero que de manera general no promueven su participación, como parte de un adecuado proceso comunicativo.

En la misma línea, se debe destacar la variedad de recursos audiovisuales que se presentan en los espacios de clase de los encuestados: presentaciones en PowerPoint (49%), Tutoriales de YouTube (33%) y Películas (10%), lo que permite presumir que los profesores sí tienen usabilidad de estas herramientas, pero no promueven a través de estas una retroalimentación directa, como ejercicio mínimo de los procesos comunicativos que se deben generar entre emisor y receptor. Lo anterior, a partir de los resultados expuestos en las figuras 2 y 3, conllevan a nuevas preguntas de investigación como: ¿Solo basta con exponer un recurso audiovisual en el aula para generar interacción? ¿Las preguntas directas hacia los estudiantes, acerca de un recurso audiovisual expuesto en clase, permiten una real apropiación de conocimiento?

En ese sentido, las siguientes respuestas de la encuesta permitieron evidenciar no solo la pertinencia, sino la favorabilidad que tienen los recursos audiovisuales dentro del proceso comunicativo de enseñanza aprendizaje, de manera explícita los tutoriales de YouTube, cada vez más consultados de manera autónoma por los estudiantes e incluidos por los profesores, dentro de sus espacios de clase magistral.

En esa misma línea, reconocer los gustos y preferencias de los estudiantes hoy es fundamental, en especial cuando se hace referencia a los medios y canales que más usan para recibir la información; de esa manera, la encuesta permitió evidenciar opiniones frente al uso de recursos audiovisuales para mejorar los procesos de aprendizaje; haciendo énfasis en los tutoriales de YouTube, clasificados como productos de las redes sociales, espacios en donde la mayoría de los jóvenes hoy navegan con naturalidad.



Figuras 4 y 5: Resultados en Barra, Preguntas 3 y 4 de la Encuesta Principal
Fuente: Molina, 2023

Tanto en las figuras 4 y 5, en donde se buscó conocer la percepción de los estudiantes encuestados frente a los aportes que pudieran brindarles los recursos audiovisuales, como elementos comunicativos, para favorecer sus procesos de aprendizaje; se encuentra una favorabilidad evidentemente marcada. La mayoría de los jóvenes consultados no solo avalan el uso de este tipo de herramientas, sino que de manera explícita muestran su preferencia en los recursos que reposan de manera libre en la plataforma YouTube.

En ese sentido, la autonomía que implica la usabilidad de una red social como lo es YouTube, así como las estrategias que los estudiantes usan para reforzar los temarios vistos en clase, permitieron abordar su intencionalidad mediante una pregunta de la encuesta, a fin de conocer la pertinencia y preferencia de este tipo de recursos audiovisuales, como hábito de estudio extra-clase.

MOLINA: FAVORABILIDAD DE LOS TUTORIALES DE YOUTUBE EN EL PROCESO COMUNICATIVO DE APRENDIZAJE EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA, CAMPUS BOGOTÁ

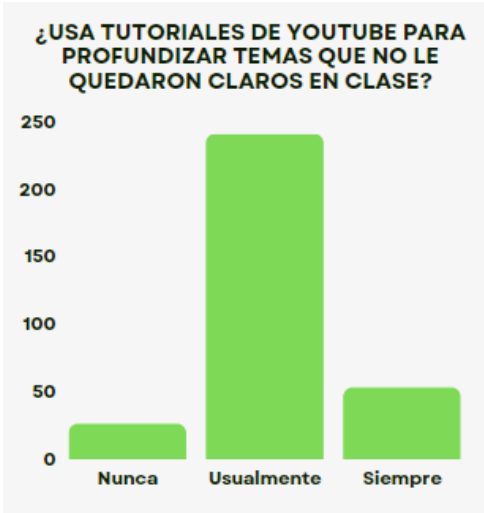


Figura 6. Resultados en Barra, Pregunta 5 de la Encuesta Principal
Fuente: Molina, 2023

Los resultados representados en la figura 6, permiten evidenciar la acogida que vienen adquiriendo los tutoriales de YouTube como técnica de estudio preferida por los estudiantes, partiendo de distintos atributos que interconectan al consumidor de este tipo de contenidos, cuestión que reafirman los encuestados, quienes develan mayoritariamente este tipo de usabilidad de manera usual (75%) e incluso como recurso permanente al sostener que siempre (16%), acuden a estos recursos audiovisuales para reforzar o profundizar los temas vistos en clase que no fueron entendidos.

Los resultados expuestos hasta acá, ilustraciones 4, 5 y 6, revelan un alto grado de preferencia y favorabilidad hacia los tutoriales de YouTube, por parte de los estudiantes encuestados. De igual forma, la encuesta logró consultar sobre los beneficios que este tipo de recursos le aportan a la población intervenida, arrojando los siguientes resultados.



Figura 7. Resultados en Barra, Pregunta 6 de la Encuesta Principal
Fuente: Molina, 2023

En esta oportunidad, un total de 281 estudiantes universitarios consultados afirmaron, a partir de sus experiencias y procesos de aprendizaje en clase, que los tutoriales de YouTube les aportan a factores fundamentales dentro del proceso comunicativo que aporta a la enseñanza; como lo son la participación y la atención. Cabe destacar que este 88%, permite formular una nueva hipótesis como parte de los análisis de resultados: ¿los estudiantes valoran los niveles participación y atención en clase desde su experiencia personal o también como validadores de las experiencias de sus compañeros?

Finalmente, la encuesta buscó indagar sobre una de las características que más destacan a las actuales generaciones; su capacidad y característica comunicativa como prosumidor de la información. De esa manera se quiso consultar bajo un cambio de rol, en donde ellos pudieran asumir la faceta de emisor en un aula de clase para impartir una temática asignada, así como la posibilidad de recomendar o no, a sus profesores promover el uso de tutoriales de YouTube para promover el refuerzo de aprendizaje académico.

MOLINA: FAVORABILIDAD DE LOS TUTORIALES DE YOUTUBE EN EL PROCESO COMUNICATIVO DE APRENDIZAJE EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA, CAMPUS BOGOTÁ



Figuras 8 y 9: Resultados en Barra, Preguntas 7 y 8 de la Encuesta Principal
Fuente: Molina, 2023

Los resultados generales a partir de las preguntas propuestas y representadas en las ilustraciones 7 y 8, demuestran en primera medida la alta intencionalidad que tienen los encuestados en usar este tipo de recursos audiovisuales, para garantizar un mejor proceso comunicativo con sus receptores, a la hora de transmitir alguna información, cuestión que valida su accionar de consumir y producir información desde sus preferencias y prácticas exitosas. A su vez, un 90% de los estudiantes consultados validan sus buenas experiencias con los tutoriales de YouTube, desde el precepto de aprendizaje, al punto de considerarlos como recomendación a sus profesores para que este tipo de herramientas sean tenidas en cuenta como estrategias de refuerzo académico para las temáticas vistas en clase.

Discusión y/o Conclusión

El proceso comunicativo ha evolucionado de manera transversal y este escenario no es ajeno a los entornos educativos, donde la figura del profesor sigue teniendo protagonismo como emisor, mientras que sus estudiantes se presentan como receptores de la información. Los cambios que se han dado alrededor del tradicional intercambio de información en el aula de clase han permitido develar nuevos lenguajes y formas, que realmente le aportan al aprendizaje y con esto a preceptos fundamentales del mismo como la atención, el interés y la participación de los estudiantes.

“Resulta evidente que nuestros estudiantes piensan y procesan la información de modo significativamente distinto a sus predecesores” (Prensky 2001, 33), cuestión que no solo deber ser vista como una brecha digital y generacional entre alumnos y docentes, más bien como una oportunidad real para la academia y sus máximos embajadores en los procesos de enseñanza: los profesores. Esto implica reconocer las nuevas formas de comunicación en el aula y a partir de ellas generar estrategias para promover verdaderos aprendizajes para toda la vida.

De esa manera, es fundamental comprender que los ya populares nativos digitales tienen un lenguaje digital bastante desarrollado, donde las redes sociales actúan como un paisaje habitual y necesario, que incluso “es flexible: ya que permite conectarse desde cualquier lugar con una conexión a internet y a la hora de conveniencia” (Rojas 2024, 136).

Cabe destacar que cada red social tiene formatos y formas distintas para mover la información; una de las más destacadas es YouTube, que mediante su formato audiovisual permite acceso rápido, libre, entretenido y genuino a un mundo entero de posibilidades para profundizar algún tema de interés. Lo anterior se aceleró a partir de contingencia mundial del Covid 19, que llevó a que las instituciones educativas “implementaran estrategias comunicativas apoyadas en procesos tecnológicos, impactando en las organizaciones, que en muchos casos debieron migrar a las plataformas virtuales y aplicaciones móviles” (Sochimilca, 2023, 5).

En ese sentido, (Posligua 2020, 13, Zambrano 2020) afirman que “el empleo de YouTube en el contexto académico no es nuevo, pero sí innovador en el ámbito práctico porque permite un mayor nivel de acercamiento de los estudiantes con temáticas surgidas en el proceso de enseñanza y aprendizaje”; cuestión que fue revalidada en los resultados de la encuesta realizada para esta investigación, en donde un 96% de los consultados valoró positivamente el uso de recursos audiovisuales para su aprendizaje, a su vez un 95% se refirió en el mismo sentido cuando la referencia central de la consulta fueron los tutoriales de YouTube.

Ahora bien, a modo de conclusiones, es aquí en donde se debe reflexionar sobre los gustos y preferencias de consumo de la información que tienen los estudiantes universitarios, muchos de ellos convencidos de que las redes sociales hacen parte de su diario vivir, en donde aparte de relacionarse con otras personas también pueden adquirir y reforzar nuevo conocimiento. Este factor es relevante, ya que la misma investigación permite validar que desde la voluntariedad, una gran mayoría de los estudiantes consultados, 91%, toman la decisión de acudir a YouTube, para profundizar temas que no les quedaron totalmente claros durante las clases.

A lo anterior se le pueden sumar otros hábitos, fuera del contexto académico, como: seguir el paso a paso para preparar una receta de cocina, solucionar un tema mecánico de un vehículo personal o configurar un teléfono celular que tiene algún tipo de problema; cuestiones que ratifican no solo la versatilidad que tiene YouTube, sino su capacidad natural

como fuente predilecta para aprender o reforzar algún tema de interés, desde su característico formato audiovisual, que además tiene la ventaja de reproducir la información al ritmo autónomo de quien consulta.

“YouTube es muy útil para el aprendizaje informal” (Colás 2020, 28 ,Quintero 2022), lo que denota no solo un sinónimo de gratuidad sino de intencionalidad e interés individual, a donde los estudiantes acuden por voluntad propia, aspecto que también se presenta como un campo de acción para que las instituciones educativas y los mismos profesores puedan explorar y extrapolar estrategias de enseñanza, generando recursos audiovisuales propios para la consulta de sus estudiantes, además de la recomendación de canales y tutoriales, fiables y con rigor académico, que estos mismos quieran y puedan consultar.

En ese sentido, las preferencias de usabilidad sobre este tipo de recursos audiovisuales que hoy destacan a los nativos digitales, se presentan como un punto de partida para generar adecuadas estrategias de enseñanza de tipo audiovisual; partiendo de una premisa central: “el docente debe crear entornos de aprendizaje basados en el aprendiz considerando: intereses, motivación, conocimientos previos y evaluación feedback” (González 2019, 250, Huerta 2019), precepto que no solo sintoniza al estudiante con su profesor, sino que permite que este último pueda medir el aprendizaje desde la participación y atención, mediante ejercicios de retroalimentación con su receptor de la información.

A su vez, es justo aceptar que los estudiantes de hoy tienen capacidades para producir conocimientos y aprendizajes sin la necesidad de una enseñanza tradicional, teniendo en cuenta que la información está disponible en todo momento en distintos ecosistemas digitales. Lo anterior teniendo en cuenta que la mayoría de los estudiantes universitarios de hoy también son clasificados como prosumidores de la información, con capacidad de recomendar y sugerir formas y estrategias para sus procesos comunicativos de aprendizaje, tal cual como fue validado en la encuesta de la presente investigación en donde el 89%, figura 8, de los consultados reconocen que, a la hora de enseñar alguna temática, acudirían al uso de recursos audiovisuales; de manera precisa: los tutoriales de YouTube.

De esa manera, no basta entonces con considerar los gustos y preferencias que tienen los estudiantes universitarios para recibir la información, también la capacidad de validación que estos expresan a partir de sus experiencias de aprendizaje, algunas autónomas, a raíz de la usabilidad de recursos audiovisuales, al punto de referir y recomendar la practicidad y pertinencia de estos, para que sus profesores los tengan en cuenta a la hora de promover estrategias de refuerzo sobre los temas vistos; resultado de valor evidenciado en la encuesta realizada con un 90% de aprobación.

Agradecimientos

El investigador principal agradece a la estudiante de Comunicación Social, Paola Andrea Acero Loaiza, quien participó como auxiliar de investigación, contribuyendo en la fase metodológica como apoyo a los respectivos ejercicios de recolección de la información.

Este artículo hace parte del proyecto de investigación: ‘Los recursos tecnológicos y alternativos de comunicación que impactan en el proceso enseñanza aprendizaje de los estudiantes y profesores, de la Universidad Cooperativa de Colombia, Campus Bogotá’, financiado por la Universidad Cooperativa de Colombia, código del proyecto: INV3242.

Reconocimiento de Inteligencia Artificial (IA)

No se ha hecho uso de IA o tecnologías asistidas por IA de manera alguna para preparar, escribir o completar las tareas de escritura del presente artículo.

Consentimiento Informado

El autor ha obtenido el consentimiento informado de todos los participantes.

Conflicto de Intereses

El autor declara que no existe ningún conflicto de intereses.

REFERENCIAS

- Alcivar, C., Vargas, V., Calderon, J., Triviño, C., Santillan, S., Soria, R., y Cardenas, L. 2019. El uso de las TIC en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los docentes en las Universidades del Ecuador. *Revista Espacios*, 40(02).
- Bonk, Curtis J. 2011. “YouTube anchors and enders: the use of shared online video content as a macrocontext for learning”. *Asia-Pacific collaborative education journal*, v. 7, n. 1, 13-24. <http://apcj.alcob.org/journal/article.php?code=21301>
- Botía, M., y Marín, A. 2019. La contribución de los recursos audiovisuales a la educación. *Pedagogías Emergentes en la Sociedad Digital*. 102, LA-CONTRIBUCION-DE-LOS-RECURSOS-AUDIOVISUALES-A-LA-EDUCACION.pdf (researchgate.net)
- Bonilla del Río, M., Diego Mantecón, J. M., y Lena Acebo, F. J. 2018. Estudiantes Universitarios: prosumidores de recursos digitales y mediáticos en la era de internet. *Aula abierta*.
- Bradbury NA. 2016. Attention span during lectures: 8 seconds, 10 minutes, or more? *Adv Physiol Educ*. 2016 Dec 1;40(4):509-513. doi: 10.1152/advan.00109. PMID: 28145268.

MOLINA: FAVORABILIDAD DE LOS TUTORIALES DE YOUTUBE EN EL PROCESO
COMUNICATIVO DE APRENDIZAJE EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD
COOPERATIVA DE COLOMBIA, CAMPUS BOGOTÁ

- Cassany, Daniel; Ayala, Gilmar. 2008. Nativos e inmigrantes digitales en la escuela. CEE Participación Educativa, n. 9, 53-71, nov. 2008, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.
- Colás-Bravo, Pilar; Quintero-Rodríguez, Iván. 2022. "YouTube como herramienta para el aprendizaje informal". Profesional de la información, v. 31, n. 3, e310315. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.15>
- Cuevas Monzonís, N., Gabarda Méndez, C., Rodríguez Martín, A., y Cívico Ariza, A. 2022. Tecnología y educación superior en tiempos de pandemia: revisión de la literatura. Hachetetépe: revista científica de educación y comunicación.
- Ferrari, L.; Nuñez, E.; Sánchez Tapia, I. y Pal, J. (s/f). Cultura digital. Un estudio de la apropiación de tecnología en Colombia. Documento recuperado el 20 de Abril de 2018 de <http://joyojeet.people.si.umich.edu/CulturaDigital.pdf>
- Ferro Soto, C., Martínez Senra, A. I., y Otero Neira, M. C. 2009. Ventajas del uso de las TICs en el proceso de enseñanza-aprendizaje desde la óptica de los docentes universitarios españoles. Edutec: Revista electrónica de tecnología educativa.
- Freeman, Becky; Cahpman, Simon. 2007. "Is 'YouTube' telling or selling you something? Tobacco content on the YouTube video-sharing Website". Tobacco control, v. 16, n. 3, 207-210. <https://doi.org/10.1136/tc.2007.020024>
- Freiberg Hoffmann, Agustín; Ledesma, Ruben y Fernandez Liporace, Mercedes. 2017. Estilos e Estratégias de Aprendizagem em Estudantes Universitários de Buenos Aires. Revista de Psicología [online]. Vol.35, n.2 [citado 2023-01-19], 535-573.
- García, J. 2015. Innovación educativa en las redes sociales online, un estudio en la educación superior. (Tesis doctoral). Universidad Politécnica de Madrid, Madrid, España. Recuperado de http://oa.upm.es/39598/1/JORGE_GARCIA_GONZALEZ.pdf
- González Fernández, M. O., y Huerta Gaytán, 2019. Experiencia del aula invertida para promover estudiantes prosumidores del nivel superior. RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 22(2), 245-263. doi: <http://dx.doi.org/10.5944/ried.22.2.23065>
- Linne, J. 2014. Dos generaciones de nativos digitales. Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 37, 203-221.
- Marqués, (2013). Impacto de las TIC en la educación: Funciones y limitaciones. Revista de Investigación, 2(1), 1-15.
- Maxwell, J. 1996 Qualitative research design. An Interactive Approach. California: Sage Publicatios. Trad. de María Luisa Graffigna.
- Morales Capilla, M., Trujillo Torres, J. M., y Raso Sánchez, F. (2015). Percepciones acerca de la integración de las TIC en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la universidad. Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación, 46, 103-117.

- Pedroso-Herrera, T. 2000. La educación y los elementos del proceso comunicativo. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 8(15), 123-126.
- Posligua, R. y Zambrano, L. 2020. El empleo del YouTube como herramienta de aprendizaje. *Rehuso*, 5(1), 11-20. <https://doi.org/10.5281/zenodo.679594>
- Prensky, M. 2001 Digital natives, digital immigrants part 1. *On The Horizon - The Strategic Planning Resource for Education Professionals*, 1-6. Recuperado el 29 de octubre de 2008, de <http://www.ingentaconnect.com/content/mcb/274/2001/00000009/00000005/art00001>
- Rojas, María Elena. 2024. "Evolución del Uso de Herramientas de Video Comunicación: Caso UNED Costa Rica: Uso y Procesos de Herramientas de Video Comunicación." *Revista Internacional de Aprendizaje* 10 (1): 131-143. doi:10.18848/2575-5544/CGP/v10i01/131-143.
- Reyes, M. 2015. La encuesta. Obtenido de <http://files.sld.cu/bmn/files/2015/01/laencuesta.pdf>.
- Salazar Macías, Aarón Ivan, Yolanda Cortés Alvarez, Maribel Quezada, Héctor Miguel González Neri, and Rafael Albertti González Neri. 2022. "Videojuegos de estrategia en educación." *Revista Internacional de Aprendizaje* 8 (2): 115-128. doi:10.18848/2575-5544/CGP/v08i02/115-128.
- Sochimilca-Socha, Orlando Arturo. 2023. "Imaginario del futuro profesional en pandemia: reflexión desde la comunicación social". *REVISIÓN VISUAL. Revista Internacional de Cultura Visual* 13 (3):1-10. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4582>.
- Uriarte, J. R., Beltrán, R. O., y Gómez, M. B. 2009. Nativos digitales y aprendizaje. Una aproximación a la evolución de este concepto. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 7(1), 31-53.
- Vega-Malagón, G., Ávila-Morales, J., Vega-Malagón, A. J., Camacho-Calderón, N., Becerril-Santos, A., y Leo-Amador, G. E. 2014. Paradigmas en la investigación. Enfoque cuantitativo y cualitativo. *European Scientific Journal*, 10(15).

SOBRE EL AUTOR

John Jairo Molina Roncancio. Profesor investigador y líder del semillero de investigación ComuNativos, Programa de Comunicación Social, Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá, Colombia
Email del autor: john.molinar@campusucc.edu.co