



---

**Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE EDUCACIÓN Y TRABAJO  
SOCIAL  
GRADO EN EDUCACIÓN  
SOCIAL

Curso 2019-2020

TRABAJO FIN DE GRADO

**YouTube como herramienta para  
educar y contribuir a crear  
conciencia social**

Autor/a: Elena Jiménez Blázquez

Tutor/a: Claudia Möller Recondo

# RESUMEN

En la actualidad Internet tiene un papel fundamental en la búsqueda y el análisis de la información. Debido al avance que han experimentado las tecnologías han surgido nuevos medios de comunicación e interacción social. Hoy en día en *YouTube*, *Instagram* y *Twitter*, entre otras plataformas digitales, podemos encontrar todo tipo de contenidos, y, entre ellos, se echan en falta los de carácter social. Por ello es importante cubrir esa brecha y, a la vez que se transmitan por ejemplo valores prosociales, se incluyan nuevas maneras de comunicar.

Este TFG recoge los resultados de un estudio sobre los nuevos entornos de aprendizaje, haciendo hincapié en la plataforma de *YouTube* y propone la creación del canal “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque”, que busca promover a través de la ciberpedagogía la crítica social.

Palabras clave: Plataformas digitales, brecha digital, valores prosociales, ciberpedagogía, crítica social.

# ABSTRACT

Today the Internet has a fundamental role in the search and analysis of information. Due to the advancement of technologies, new means of communication and social interaction have emerged. Today on *YouTube*, *Instagram* and *Twitter*, among other digital platforms, we can find all kinds of content, and among them, those of a social nature are missing. That is why it is important to fill this gap and, while transmitting, for example, prosocial values, new ways of communicating are included.

This TFG collects the results of a study on new learning environments, emphasizing the YouTube platform and proposes the creation of the channel “Exploring society.

Enanitos del Bosque”, which seeks to promote social criticism through cyber pedagogy.

Keywords: digital platforms, digital divide, prosocial values, cyber pedagogy, social criticism.

## Índice

1. INTRODUCCIÓN .....	5
2. OBJETIVOS .....	6
3. JUSTIFICACIÓN .....	7
4. MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO.....	10
4.1. Nuevos entornos digitales de aprendizaje .....	12
4.2. Brecha digital .....	15
4.3. Redes Sociales.....	19
4.4. <i>YouTube</i> .....	21
5. METODOLOGÍA .....	23
5.1. Metodología general.....	23
5.2. Metodología específica de la propuesta “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque” .....	27
5.2.1. Creación del canal de <i>YouTube</i> .....	27
5.2.2. Elaboración de los contenidos audiovisuales .....	29
6. PROPUESTA: “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque” (Canal de <i>YouTube</i> ) .....	33
6.1. Objetivos .....	33
6.2. Justificación.....	33
6.3. Contenido .....	34
6.4. Evaluación.....	38
7. CONCLUSIONES .....	41
8. BIBLIOGRAFÍA.....	44

# 1. INTRODUCCIÓN

Este Trabajo de Fin de Grado (en adelante TFG) analiza los nuevos entornos de aprendizaje que han surgido gracias a la virtualización y a la creación de comunidades digitales que interactúan en plataformas que, entre otros elementos, contienen canales. Del estudio realizado surgió la propuesta de la creación de un canal en *YouTube* liderado por una educadora social cuyos contenidos fomentasen y motivasen la crítica social de los ciberespectadores.

En este marco, algunas de las metodologías más implementadas en la actualidad son: *Personal Learning Environment* (PLE), metodología WIKI, aprendizaje basado en videojuegos, *Massive Open Online Courses* (MOOC) y aprendizaje a través de las Redes Sociales digitales. Así, este nuevo abanico de posibilidades puede ser clave a la hora de plantear cómo los educadores sociales debemos desarrollar la educación informal y no formal y cómo se ha de tener en cuenta la situación actual y la evolución de la llamada “brecha digital” y en qué ámbitos y sectores de la población afecta de forma más directa, ya que es el primer obstáculo a solventar a la hora de querer llevar a cabo lo que en este TFG se ha denominado “ciberpedagogía”.

Los datos recogidos sobre el uso de las Redes Sociales en España nos llevan a reflexionar sobre el papel que podemos tener los profesionales de la Educación Social en las distintas comunidades virtuales que se ubican en el ciberespacio.

Por tanto, este TFG se divide en dos grandes partes y, a su vez, cada una de estas en diferentes apartados. La primera expone el estudio de la situación actual en España respecto a los nuevos entornos digitales de aprendizaje. El segundo bloque presenta la propuesta de la creación de un canal de *YouTube* coordinado por una educadora social y

la prueba piloto “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque”. Coronan el trabajo las conclusiones y la bibliografía.

## 2. OBJETIVOS

Los Objetivos (generales y específicos) que se pretenden alcanzar son:

- OG1: Conocer los nuevos entornos de aprendizaje que posibilitan las Redes Sociales.
  - OE1: Diagnosticar las ventajas que tienen las Redes Sociales como espacios de aprendizaje.
- OG2: Detectar las competencias digitales necesarias para acceder a las plataformas digitales teniendo en cuenta la brecha digital.
  - OE2: Abordar las competencias de búsqueda de información, comunicación, seguridad y creación de contenido en las plataformas digitales.
- OG3: Analizar el consumo actual por parte de la sociedad de contenidos audiovisuales en las Redes Sociales digitales en España.
  - OE3: Descubrir con qué finalidad se utilizan las Redes Sociales digitales más manejadas en España.
- OG4: Estudiar la visibilidad de contenido audiovisual sobre temáticas sociales en los canales de *YouTube* en España.
  - OE4: Plantear la crítica emancipadora respecto a temáticas sociales vinculadas al machismo, la imposición de los cánones de belleza, la situación de soledad de las personas mayores, entre otras, en formato audiovisual como materia del aprendizaje informal.

### 3. JUSTIFICACIÓN

Como futura educadora social me interesa promover el análisis crítico frente a los contenidos que se difunden a través de las distintas plataformas digitales, debido a su omnipresencia en la vida cotidiana de las personas, y la reutilización y el intercambio de contenidos (¿Por qué no?) por parte de los educadores sociales, habilitando no solamente la cooperación entre instituciones y actores de la Educación Formal, sino también para la Educación Informal, el *peer learning* (aprendizaje entre iguales) y la autoformación o autodidactismo.

La ventaja principal que ofrecen las redes y herramientas digitales es, sin duda, que facilitan la comunicación. Y en esta línea ¿No somos acaso los educadores sociales comunicadores?

La Educación Social es una disciplina que tiene un gran componente especialmente vocacional, basada, entre otras, en la ética y los valores que debería tener una sociedad. Los cuatro principios de la Educación Social en los que me he apoyado al elegir como eje principal de este TFG el papel de las Redes Sociales digitales (en adelante, RR.SS.) en el aprendizaje informal y la necesidad de una conciencia crítica por parte de los consumidores de estas RR.SS son (ASEDES y CGCEES, 2007):

1. El principio de respeto por los Derechos Humanos: actuar siempre a favor de los derechos enunciados en la Declaración Universal de los mismos.
2. El principio de Justicia Social: derecho al acceso, uso y disfrute de los servicios sociales y educativos y al pleno e integral desarrollo de las personas, los grupos y la comunidad.
3. El principio de la Acción Socioeducativa, facilitando a la persona ser protagonista de su propia vida.

4. El principio de la Participación Comunitaria, promoviendo la participación de la comunidad e intentando que la propia comunidad busque y genere los recursos y capacidades para transformar y mejorar su calidad de vida.

El ciberespacio y su expansión masiva han propagado nuevas pedagogías que surgen a raíz de la reestructuración de los hábitos sociales en la que son protagonistas Internet, la conexión entre redes y recursos, la interacción y la apertura e inclusión social (Del Fresno García, 2011). En este panorama de nuevos contextos de aprendizaje en el que desarrollar ciberpedagogías desde un enfoque lúdico y entretenido, la Educación Social tiene la necesidad proliferante de ampliar el ámbito de trabajo y de difusión de esta profesión, tal y como explica Torres de Bustos:

La Educación Social debe ir avanzando con la sociedad, a la par. Educar en el presente y preparar para el futuro. Los viejos modelos de generación de redes sociales para el apoyo de sus individuos y su adecuada integración traspasan las barreras físicas y se sitúan ahora también en un mundo virtual y globalizado (Torres de Bustos, 2017, p. 278).

El interés por el mundo virtual ha ido aumentando de forma significativa en los últimos años, tal y como lo demuestra la literatura científica que examina cómo las distintas plataformas virtuales afectan a, por ejemplo, la comercialización, la construcción de la identidad, los movimientos sociales y la privacidad. Según el “Estudio Anual de Redes Sociales” (Elogia e IAB, 2019) el 85,5% de las personas que frecuentan Internet, que tienen entre 16 y 65 años, utiliza RR.SS., lo que se traduce en 25 millones de españoles conectados a estas plataformas digitales.

Las nuevas generaciones están afianzando y delineando sus relaciones sociales en RR.SS., como *Facebook* o *Snapchat*, y recurren a la Red para cualquier necesidad de conocimiento, como si se tratase de una amplia biblioteca virtual (Rainie & Wellman,



2012). Todo ello nos obliga a conocer la situación actual de los entornos virtuales en los que se está desarrollando el aprendizaje en la nueva sociedad digital, donde tienen un papel clave las RR.SS. y, dentro de ellas *YouTube*.

*YouTube* es una plataforma básica en la cultura mediática de los adolescentes llegando incluso a ser su fuente de búsqueda de información principal, por encima incluso de *Google*, por lo que los *youtubers* son considerados por muchos adolescentes un modelo a seguir e incluso una profesión a la que aspirar, por consiguiente no hay que desestimar la función social y educativa que juegan éstos en la sociedad actual (Masanet & Establés, 2018). Esta red social posibilita, por tanto, la implantación de diferentes iniciativas en las que desarrollar ciberpedagogía, recurriendo a entornos y dispositivos con los que la población en general cada vez interactúa más.

Desde el enfoque de la Educación Informal, mi propuesta como futura educadora social pretende aprovechar los nuevos escenarios de aprendizaje que encontramos en las RR.SS. a través de la creación de un canal de *YouTube* en el que comparto contenido audiovisual, abordando temas sociales que considero tendentes en el ciberespacio o relevantes en algún momento específico, como la celebración del día internacional de alguna causa o la cuestión de los cánones de belleza hegemónicos, por ejemplo. Y todo ello, intentando tener en cuenta que, entre otros muchos peligros que entrañan estos espacios, hay uno que parece que se nos está escapando y es el de la reproducción y escalada hacia el mundo virtual de ciertos valores que, en ocasiones, perpetúan las opresiones sistemáticas muchas veces característica del medio analógico.

## 4. MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO

Es importante conocer algunos conceptos básicos sobre los que descansa este TFG con el objetivo de orientar y facilitar la construcción de criterios para la comprensión y la interpretación de la temática que aquí se propone.

Para empezar, debemos comprender a qué nos referimos cuando utilizamos la palabra “virtual”. Lévy (1999) relacionó los conceptos de actualización y virtualización, definiendo a esta última como el movimiento inverso a la actualización. Uno de los aspectos principales del mundo virtual es la separación del aquí y del ahora, cuando una persona, un acto o una información se virtualizan, se desterritorializan, se separan del espacio físico o geográfico ordinario y de la temporalidad del reloj y del calendario. Lo que quiere decir que:

La virtualidad establece una nueva forma de relación entre el uso de las coordenadas de espacio y de tiempo. La virtualidad supera las barreras espacio temporales y configura un entorno en el que la información y la comunicación se nos muestran asequibles desde perspectivas hasta ahora desconocidas al menos en cuanto a su volumen y posibilidades (Duart, 2002, p. 3).

La virtualidad, por otro lado, es algo percibido como real y tangible por los individuos partícipes en ella, es decir, es una realidad subjetiva (Martínez et al., 2014), en la que el tiempo libre, la producción y el consumo están pasando a ser digitales en el ciberespacio.

La virtualidad y las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) han permitido que se desarrolle el ciberespacio. Este término hace alusión al conjunto de medios físicos y lógicos que conforman las infraestructuras de los sistemas de

comunicaciones e informáticos (Fojón & Sanz, 2010). También puede entenderse como “un conjunto de sistemas de información interconectados, dependientes del tiempo, junto con los usuarios que interactúan con estos sistemas” (Ottis & Lorents, 2010, p. 3).

En este sentido, han aflorado nuevas reglas de interacción social, en dirección a un mundo cada vez más simbolizado y, como consecuencia, ha surgido la cibercultura, en la que se interrelacionan nuevas mentalidades, hábitos y comportamientos personales y comunitarios (Martínez et al., 2014).

Cabe recordar que la cibercultura nace con la globalización de las sociedades, y Lévy (2002) define sus tres principios clave: la interconectividad, las comunidades virtuales y la inteligencia colectiva. A modo de síntesis, podemos afirmar, entonces, que el entorno en el que se desenvuelve la cibercultura son las comunidades virtuales.

Centrándonos en las comunidades virtuales, y tras haber definido lo virtual, no debemos olvidar que el concepto de comunidad tiene diferentes significados, según correspondan a distintos enfoques teóricos y necesidades prácticas.

Una de las definiciones más extendidas en el siglo XX, es la que la entiende como la agrupación organizada de personas, con algún rasgo, interés, elemento, objetivo o función en común, en la que las propias personas tienen conciencia de pertenencia y se identifican como una unidad social situada en una determinada área geográfica (Ander-Egg, 1986). Sin embargo, hay una clara diferencia, en relación con el contexto (físico o virtual), con respecto a las que se fueron incorporando a inicios del siglo XXI; así desde el punto de vista sociológico se definió comunidad como, por ejemplo:

Organización social resultante de un proceso donde individuos o grupos comparten actividades objetivas comunes que posibilitan un sentido de pertenencia a ella y que pueden o no compartir un territorio común, caracterizada

por fuertes lazos de solidaridad cooperación y ciertas garantías de pertenencia a ella (...) (Montoya et al., 2002, p. 38).

Esto quiere decir que, a través de las plataformas virtuales ubicadas en el ciberespacio, podremos acceder y formar parte de diferentes comunidades digitales.

#### **4.1. Nuevos entornos digitales de aprendizaje**

Dentro de la extensa variedad de comunidades digitales que encontramos en el ciberespacio, nos interesa rescatar aquellas que se dan en las plataformas digitales y han potenciado la aparición de nuevos entornos digitales de aprendizaje.

Los medios tradicionales de aprendizaje formal continúan siendo importantes, mientras que el aprendizaje informal va adquiriendo cada vez más relevancia hasta el punto de tener un papel clave en la educación de los jóvenes de esta era digital en la que se acrecienta el autodidactismo y se crean comunidades culturales al participar en medios sociales más allá de las aulas (Black et al., 2015). La Educación ha ido evolucionando de forma paralela respecto al desarrollo tecnológico, intentando vencer los desafíos de la sociedad actual, también llamada sociedad del conocimiento, como la rápida caducidad de la información, el riesgo de sustituir el conocimiento por la información y la relatividad de la información disponible en la Red (Díaz et al., 2018).

Algunos de los entornos digitales de aprendizaje que han surgido a raíz del uso cotidiano de las tecnologías son:

- Entornos de aprendizaje basados en *Personal Learning Environment* (PLE). A diferencia de los entornos virtuales de aprendizaje tradicionales, el proceso está centrado en la persona; es decir, el desarrollo de estos entornos remite al aprendizaje abierto o a la educación flexible, lo que quiere decir que el propio usuario tiene la posibilidad de elección y el control sobre la manera en la que

aprende (Salinas, 2013). Algunas de las características principales, por tanto, que hacen que este enfoque sea innovador son: la autonomía del usuario en su formación, la superación de barreras temporales y espaciales para el acceso al aprendizaje y la interacción y la colaboración en la elaboración del conocimiento (Díaz et al., 2018).

- Entornos de aprendizaje con WIKI. El término “wiki” tiene su origen en diferentes contextos hawaianos para hacer alusión a algo rápido, veloz o ágil, en la virtualidad se utiliza para indicar un documento del ciberespacio que se puede modificar de manera colectiva tantas veces como se quiera por parte de los visitantes (Domínguez et al., 2010). Estos entornos, por ende, son plataformas digitales colaborativas en las que las personas pueden agregar, editar, modificar o borrar contenidos instantáneamente, lo que facilita que se integren los intereses de un grupo (González, 2016).
- Entornos de aprendizajes basados en videojuegos. En estos entornos, los videojuegos se perciben como:

Una tecnología interactiva inmensamente entretenida y atractiva construida alrededor de identidades [...] funcionan con buenos principios de aprendizaje, es decir, los incluyen en sus diseños y los fomentan; se trata de principios que son mejores que los aplicados en muchas de nuestras escuelas, basadas en la rutinización, en el regreso a lo básico y en el sometimiento a los exámenes (Gee, 2004, p. 248).

El aprendizaje basado en juegos, en este caso videojuegos, es, en resumen, el manejo de éstos como herramientas de aprendizaje, asimilación y/o evaluación con un papel clave en la motivación de los usuarios (Aula Planeta, 2015).

- Entornos de aprendizaje basados en *Massive Open Online Courses* (MOOC). En 2008, Stephen Downes y Georges Siemens utilizaron el término “MOOC” para hacer referencia a todos los cursos disponibles en el ciberespacio a los que todas las personas podían acceder sin importar la ubicación geográfica de las mismas (Johnson, et al., 2013). Según Ortiz, los MOOC son “una nueva modalidad de formación con propuestas orientadas a la difusión web de contenidos y un plan de actividades de aprendizaje abierto a la colaboración y la participación masiva” (Ortiz, 2016, p. 1). En este escenario, el alumnado no está limitado a unos estudios específicos, sino que tienen la posibilidad de compatibilizar cursos de diferentes disciplinas de acuerdo a sus intereses (Díaz et al., 2018).
- Entornos de aprendizaje basados en Redes Sociales. Desde un punto de vista pedagógico, o mejor dicho, ciberpedagógico, las RR.SS. permiten que las personas tengan el control sobre el aprendizaje y reflexionen sobre la propia práctica, dándose así nuevas situaciones de aprendizaje de una manera significativa (Castañeda, 2010). “Las Redes Sociales posibilitan la apertura de la imaginación a nuevos espacios, problemas y horizontes al interactuar con colegas a lo largo y ancho de todo el mundo, con independencia de barreras culturales, lingüístico, ideológico, o religiosas” (Pérez, 2012, p. 224). Estas comunidades virtuales son beneficiosas en el aprendizaje (tanto formal como informal) porque, al crear relación con diversos individuos unidos por un interés en común y facilitar el compartir conocimientos entre ellos sin importar la ubicación geográfica, con ellas se pueden establecer temas que precisen de un análisis posterior a las clases académicas y fomentan el desarrollo de habilidades y competencias digitales (Díaz et al., 2018).

Antes de adentrarnos y profundizar en las características de las Redes Sociales y su potencial valor como herramientas pedagógicas debemos hacer hincapié en el problema social denominado brecha digital, señalando con este término las diferencias entre personas respecto al uso de Internet en función de los recursos de los que disponen y del grupo social al que pertenecen (Robles et al., 2010).

## **4.2. Brecha digital**

En el siglo XXI el desarrollo global está enfocado hacia el hecho de que cualquier individuo adquiera las habilidades necesarias para el autodidactismo y para enfrentarse a la búsqueda, selección, análisis, elaboración y difusión de la información y la cultura que se genera en torno a la Web (Sánchez, 2016). Sin embargo, existe una desigualdad denominada “brecha digital” que se define como un suceso complejo que comprende aspectos socioeconómicos y políticos, y se relaciona, en la actualidad, de forma muy estrecha con problemas estructurales, como la pobreza, la exclusión, el desempleo, la precarización del trabajo, la desigual distribución de la riqueza, entre otros (Reygadas, 2017). La relación entre la percepción de la utilidad de Internet con la brecha digital y las desigualdades digitales ha dado lugar, según diversos expertos en la materia, a conocer que existe una actitud más favorable respecto a esta percepción en los hombres, las personas con niveles de estudios altos y las personas más jóvenes (Robles et al., 2017); lo que ha dado lugar a que estos colectivos mencionados tengan un papel más activo en la Red.

Dentro de la brecha digital podemos destacar dos factores que la conforman: por un lado, la accesibilidad a los dispositivos necesarios para indagar en la Web y, por otro, las aptitudes o competencias digitales de las que dispone la persona que accede a la Red.

Podemos establecer los siguientes tres tipos de dispositivos que permiten el uso de Internet y, por tanto, la accesibilidad a los nuevos entornos de aprendizaje:

- Ordenadores fijos y portátiles. Aunque se trata de recursos que ya se utilizan desde hace bastante tiempo, siguen destacando por su capacidad de almacenamiento y administración de contenidos, ofreciendo muchos beneficios a los procesos de aprendizaje, ya sea en su modalidad presencial, en línea o mixta (Díaz et al., 2018).
- Tabletas. Cada vez se producen de forma más eficiente e inteligente destacando las mejoras en la capacidad de almacenamiento, la velocidad de sus procesadores, las entradas para conexiones a otros dispositivos, etc. (Johnson et al., 2012). Se caracterizan por ser portátiles, no disponer de ratón ni teclado, sino sólo pantalla táctil, y ser apropiadas para crear y compartir contenido en la Red (Díaz et al., 2018).
- Teléfonos móviles. La constante y eficaz implementación del uso de los teléfonos para las actividades cotidianas de las personas ha provocado que, actualmente, podamos realizar un gran número de actividades personales, comerciales, sociales y laborales con un sólo dispositivo y adquirir múltiples plataformas virtuales o aplicaciones digitales de forma accesible, ya sean gratis o tengan un coste muy bajo (Johnson et al., 2012). Estas aplicaciones permiten personalizar nuestro dispositivo en función de nuestros intereses y rutinas, además de crear contenidos multimedia y compartirlos muy fácilmente en el ciberespacio (Díaz et al., 2018).

Según el estudio “Measuring Digital Development: Facts and Figures” (Unión Internacional de Telecomunicaciones, 2019) los *smartphones* son el medio de acceso a



Internet más expandido y, por tanto, son una herramienta importante para reducir la brecha digital.

Para comprender algunas de las desigualdades que se producen entre las personas respecto a las competencias digitales debemos diferenciar entre nativos digitales e inmigrantes digitales. Mientras los primeros quieren recibir información de forma ágil e inmediata, se sienten atraídos por las multitareas, se inclinan por los accesos al azar (desde hipertextos), funcionan mejor y rinden más cuando trabajan en Red, y prefieren formarse de forma lúdica; por el contrario, los denominados inmigrantes digitales prefieren moverse dentro de lo que les es ya conocido en virtud de su forma tradicional de aprender, es decir, la forma en la que les enseñaron a ellos (Prensky, 2010).

Las competencias digitales deben analizarse desde una visión en la que incluyan todos los saberes y capacidades tecnológicos y, además, deben tener como cimiento una red compleja en la alfabetización tecnológica con carácter funcional (Krumsvik, 2011; Ocaña et al., 2019). El acceso o el uso de las distintas comunidades digitales, no implica el aprovechamiento correcto de estos recursos. “Muchos jóvenes de hoy están, sin lugar a dudas, comprometidos con las redes sociales y participan activamente en entornos digitales, pero esto no significa que tengan un conocimiento o unas competencias inherentes para aprovechar al máximo sus experiencias *online*” (Boyd, 2014, p. 337).

A la hora de hablar de relacionar la brecha digital con las competencias digitales, destacan tres valores sociodemográficos:

- La edad. Las desigualdades en este aspecto entre personas menores de 50 años y personas mayores se deben a la falta de interés por lo tecnológico por parte de los mayores (Iyer & Eastman, 2006; Reisenwitz et al., 2007), la menor necesidad de búsqueda de información respecto a otros grupos sociales (Dennis

et al., 2009) y la autopercepción de la no disposición de las habilidades digitales necesarias (Van Deursen & Van Dijk, 2010). Además, las personas mayores expresan que no usan Internet porque la información está disponible también en medios tradicionales y por la falta de credibilidad y confianza que les transmite el ciberespacio (Peral et al., 2017).

- El género. El papel de la mujer en la nueva sociedad digital continúa la tendencia de lo que sucede en los medios tradicionales, perpetuándose estereotipos y la infrarrepresentación de figuras femeninas en plataformas digitales, como *YouTube*, como sucede en los medios tradicionales (Byerly, 2011). Respecto al acceso a Internet las diferencias han disminuido con el paso del tiempo y se dan principalmente entre las personas de mayor edad, sin embargo, en las generaciones más jóvenes estas diferencias se han trasladado a los dispositivos y a los usos más cercanos a sus intereses (Martínez-Cantos, 2013), perpetuando así los estereotipos de roles de género normativos. Los nuevos entornos de aprendizaje a través de plataformas digitales son un espacio en el que luchar a favor de la igualdad de producción y participación de las mujeres en el ciberespacio (French et al., 2019). Nos encontramos con el desafío de formar a los nativos digitales respecto a las diferentes brechas digitales hacia una participación equitativa.
- Nivel de formación. Los usuarios habituales de la Red tienen un nivel de formación mayor que los esporádicos (Peacock & Künemund, 2007). Las personas con un mayor nivel de formación muestran más interés por la búsqueda de información a través de las plataformas digitales (Peral et al., 2017).

A modo de resumen, podemos afirmar que, debido al papel que tiene lo virtual en nuestro día a día y su continuo desarrollo, la sociedad actual se ve obligada a adaptarse a estos avances manejando unos códigos cada vez necesarios (Ocaña et al., 2019).

### **4.3. Redes Sociales**

Las Redes Sociales *online* pueden definirse como:

Estructuras sociales compuestas por un grupo de personas que comparten un interés común, relación o actividad a través de Internet, donde tienen lugar los encuentros sociales y se muestran las preferencias de consumo de información mediante la comunicación en tiempo real, aunque también puede darse la comunicación diferida en el tiempo (Ponce-k idatzia, 2012, p. 6).

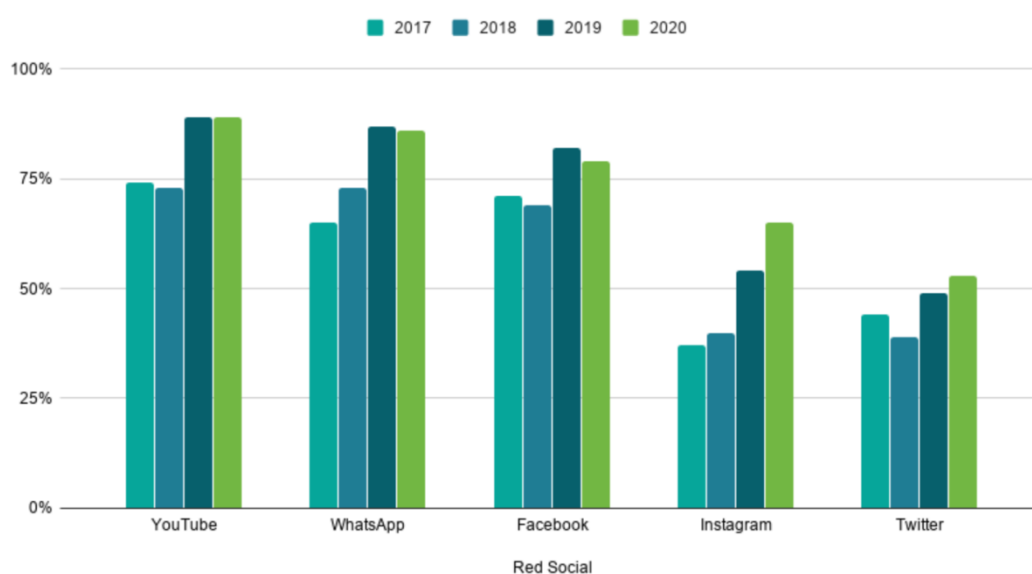
La clasificación de Redes Sociales más extendida divide a éstas en dos grupos en función de la especificidad de sus contenidos. El primero de ellos lo conformarían las Redes Sociales horizontales, en las que cualquier usuario puede entrar e interactuar, sin tener características comunes a priori (Navarrete, 2018), *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* y *YouTube* son algunas de ellas. El otro grupo se denomina Redes Sociales verticales, y son aquellas que ofrecen una especialización y los usuarios tienen un objetivo común (Navarrete, 2018), aquí encontramos algunas Redes Sociales como *LinkedIn*, para la búsqueda de empleo, o *TripAdvisor*, especializada en viajes.

En nuestra sociedad, existe todavía una perspectiva tradicional del aprendizaje, que no integra el conocimiento adquirido por los jóvenes en su tiempo libre en plataformas digitales y en la comunicación entre pares, es decir, el aprendizaje formal no se interrelaciona con el informal (Pereira et al., 2019). Debemos reconocer, por tanto, a las RR.SS. como una fuente de aprendizaje y un medio digital en el que llevar a cabo

ciberpedagogía, ya que usualmente, se asocian a una fuente de entretenimiento y de ocio sin carácter pedagógico.

Para poder analizar la finalidad del empleo de las RR.SS. por parte de la sociedad española, debemos conocer cuáles son las RR.SS. más utilizadas en este país.

Figura 1: Evolución del uso de las Redes Sociales en España 2017-2020



Fuente: <https://wearesocial.com/es/>

Como se puede observar en la Figura 1, según los datos obtenidos en el estudio *Digital 2020* (We are social, 2020), las cinco RR.SS. más frecuentadas por la población española son *YouTube* (89%), *WhatsApp* (86%), *Facebook* (79%), *Instagram* (65%) y *Twitter* (53%). En cuanto a los contenidos que se consumen mensualmente, el 94% de los españoles ven vídeos online, el 57% escucha música en streaming y el 56% se decanta por escuchar la radio (We are social, 2020).

Centrándonos en la Red Social más concurrida, *YouTube*, intentaremos aclarar en qué consiste y qué características facilitan que a través de ella se desarrollen propuestas de aprendizaje tanto formal como informal. Dentro de las plataformas digitales, *YouTube*

se enmarca en las Redes Sociales, ya que posee las siguientes características: necesidad de crear una cuenta para tener acceso a un canal propio, posibilidad de enviar mensajes tras la suscripción en un canal, valoración e interacción mediante los comentarios o los “me gusta” o “no me gusta” y oportunidad de compartir el contenido con otras personas (Tabarés, 2016).

#### **4.4. *YouTube***

*YouTube* es una plataforma digital a través de la cual sus usuarios muestran y consumen contenido audiovisual original sobre temáticas variadas para que acceda todo aquel que lo desee (Tabarés, 2016). Esta Red Social digital fue creada en 2005 por Steve Chen, Chad Hurley y Jawed Karim, quienes trabajaban en *PayPal* y a los que se les ocurrió la idea mientras pensaban cómo compartir unos vídeos de una fiesta que pesaban demasiado para enviarlos por correo electrónico, y un año después, en 2006, esta plataforma fue comprada por *Google Inc.* por 1.650 millones de dólares (Alcalá, 2017). La audiencia en los canales de *YouTube* es activa, ya que tiene la posibilidad de relacionarse directamente con el *youtuber*, siendo clave esta cercanía con el usuario para su éxito (Berzosa, 2017). En *YouTube* los jóvenes interactúan en un espacio informal en el que sus relaciones se basan en una afinidad y correspondencia de intereses comunes sin la necesidad de compartir un origen cultural, racial o étnico (Gee, 2012). *YouTube* se caracteriza, por tanto, por su rasgo de interacción lúdica, que permite a los propios usuarios y usuarias elegir qué contenidos desean consumir o producir (Gutiérrez et al., 2018).

“*YouTube* es una plataforma donde las competencias *transmedia* se están desarrollando fuera de entornos formales de aprendizaje [...] La naturaleza dual de los contenidos de *YouTube* ha establecido la coexistencia de temas educativos y de entretenimiento” (Gutiérrez et al., 2018, p. 98). El aprendizaje informal, adquirido en un entorno en el

que predomina el entretenimiento como factor determinante de la motivación, se basa en la estrategia del modelaje o imitación en *YouTube*. Un ejemplo es el éxito que tienen los canales sobre videojuegos en los que “Los adolescentes visionan vídeos de *YouTube* para ver cómo juegan sus videojugadores favoritos (es decir, cómo resuelven los problemas que plantea el juego, cómo manejan los personajes, etcétera) e imitarlos después en sus propias sesiones de juego” (Scolari, 2018, p. 91).

El progreso de las alternativas de comunicación vía Internet favorece la existencia de una gran variedad de contenidos circulando por la Red. Un ejemplo de propuesta de aprendizaje que aprovecha el entorno de *YouTube* es el fenómeno *Booktube* que consiste en el fomento y la agrupación de canales de *YouTube* literarios en los que se comparten y se recomiendan lecturas. “La convergencia mediática, en su proceso globalizador, se ha visto reforzada por una evolución constante del papel que interpretan las personas con y para los medios, así como para la industria cultural” (Vizcaíno et al., 2019). La comunidad *Booktube* se presenta como una nueva práctica de la Educación Informal, y podría ser uno de los campos de trabajo clave de la Educación Social.

Las cualidades diferenciales de *YouTube* frente a otras RR.SS., las cuales favorecen el rol de los *youtubers* como referentes sociales en la construcción de la identidad de los adolescentes, son: por un lado, el menor grado de interactividad que puede ofrecer entre usuarios no creadores de contenido, y por otro lado, el rol claramente diferencial entre los usuarios creadores de contenido y los usuarios consumidores de ese contenido (Pérez-Torres et al., 2018). Además de ser percibidos como iguales, los *youtubers* suelen generar admiración en los jóvenes por su creatividad o talento, que se ve reforzada por los rasgos compartidos tales como edad, idioma, cultura, contexto social (Westenberg, 2016) Los *youtubers*, por tanto, son “creadores de contenido que graban en vídeo piezas sobre sí mismos o sobre su entorno, que protagonizan dichas piezas o

que administran esos contenidos en un canal de YouTube” (Berzosa, 2017, p. 16): y son, en su mayoría, jóvenes, lo que hace que los espectadores adolescentes sientan cercanía con ellos, que han monetizado su imagen convirtiéndose en una especie de mercancía transmedia por el consumo masivo de sus contenidos en *YouTube* (Gutiérrez et al., 2018).

## 5. METODOLOGÍA

### 5.1. Metodología general

La metodología seguida es eminentemente cualitativa, ya que se busca una comprensión holística, basada en la revisión bibliográfica que queda plasmada en el Marco Conceptual y Teórico y que sirve para aclarar los conceptos clave necesarios para la comprensión de la temática.

Las investigaciones sobre la relación entre el ciberespacio, la cibercultura y la ciberpedagogía están en auge, aunque todavía se ha de profundizar más para, por ejemplo, poder aprovechar al máximo las Redes Sociales como herramientas ciberpedagógicas.

A través de la metodología *Web Scraping*, se ha podido realizar una jerarquización en las temáticas que se tratan en los canales españoles de *YouTube* con más suscriptores: en la cima se encuentra las temáticas de videojuegos, entretenimiento (humor) y vlogs (videoblogs). Este proceso denominado *Web Scraping* permite acceder y gestionar una gran cantidad de datos no sesgados al tratarse de un muestreo aleatorio simple, mostrando una visión completa de la audiencia de *YouTube* (Regueira et al., 2020).

Por tanto, en relación con el consumo de contenido audiovisual sobre temáticas sociales en *YouTube* en España, tal y como se muestra en la Figura 2 (en la que se describen los diez canales de *YouTube* con más suscriptores de España), este tipo de vídeos no se encuentran fácilmente debido a su escasez y a la poca voluntad de tratar estas temáticas de forma masificada por parte de los *youtuber*.

Figura 2: Los 10 canales de *YouTube* con más suscriptores en España

Tabla 1. Unidad muestral de youtubers y audiencia (TOP-10)					
Youtubers	Género	Suscriptores	Normalizada Suscriptores	M	H
VEGETTA777	H	27.090.883	3,25	3054	18255
elrubiusOMG	H	35.402.085	4,68	13641	46314
TheWillyrex	H	15.684.534	1,29	2349	14923
Willyrex	H	14.694.651	1,12	2349	14923
AuronPlay	H	17.270.734	1,56	5460	11793
DaniRep	H	9.363.315	0,20	1335	16536
iTownGamePlay	H	11.707.556	0,60	2641	12511
Mikecrack	H	11.283.645	0,53	6377	13071
Makiman131	H	11.734.205	0,61	3991	12642
TheGrefg	H	11.045.262	0,49	1633	11390
Youtubers	Contenido	Visualizaciones	Normalizada Visualizaciones	Nueva Variable Normalizada	
VEGETTA777	Gameplay	10.725.421.239	3,39	7,6479	
elrubiusOMG	Gameplay-entretención	7.802.313.025	2,93	7,6128	
TheWillyrex	Gameplay	5.561.329.714	1,80	3,1020	
Willyrex	Gameplay	3.705.701.797	0,88	2,0028	
AuronPlay	Entretención	2.195.693.750	0,12	1,6895	
DaniRep	Gameplay	4.643.648.531	1,34	1,5561	
iTownGamePlay	Gameplay	3.626.991.363	0,84	1,4500	
Mikecrack	Gameplay	3.749.509.808	0,9	1,4385	
Makiman131	Entretención	2.899.464.629	0,47	1,0903	
TheGrefg	Gameplay	2.900.456.299	0,47	0,9724	

Fuente: Regueira et al. (2020)

Como se puede observar en la Figura 2, los contenidos audiovisuales de los diez canales más exitosos de España giran en torno a dos temáticas: *gameplay* (videojuegos) y entretenimiento (humor).

Teniendo en cuenta la brecha digital de género, el ranking de las 50 cuentas de *YouTube* de mayor alcance en España está conformado por 4 mujeres, 41 hombres; 2 perfiles mixtos (mujer y hombre) y 3 perfiles vinculados al *mass-media* e instituciones como clubs de fútbol (Regueira et al., 2020). En la Figura 3 podemos visualizar las cuentas de



*YouTube* no constituidas exclusivamente por hombres que se sitúan dentro del ranking 50.

Figura 3: Mujeres en *YouTube* ranking 50 España

Tabla 2. Mujeres youtubers del Ranking								
Posición	Youtubers	Género	Variable Normalizada	Suscriptores	Visualizaciones	Contenido	M	H
13	ExpCaseros	H/M	0,4575	10.602.712	2.023.923.205	Entretenimiento	6991	11033
27	TikTak Draw	H/M	-0,7610	6.428.447	1.023.312.452	Entretenimiento	9983	7621
28	gymvirtual	M	-0,7633	6.648.612	943.130.582	Sport	17744	3107
33	patty dragona	M	-1,0895	5.478.295	693.242.586	Gameplay-entretenimiento	2103	13107
48	LizyP	M	-1,4184	4.467.344	383.433.302	Belleza	12047	2260
49	Sarina	M	-1,4501	2.891.000	861.131.784	Gameplay	3117	17214

Fuente: Regueira et al. (2020)

Aunque, en este sector la variedad de temáticas de contenido se amplía siguen predominando las temáticas de entrenamiento y *gameplay*; y las que aparecen nuevas están estrechamente relacionadas con los roles de género predominantes en el medio analógico, como el deporte y la belleza, para así entrar dentro de la normatividad de los cánones estéticos establecidos.

Con el fin de identificar los contenidos sobre temáticas sociales disponibles y, por tanto, la posibilidad de innovar y mejorar éstos, se realizó una búsqueda en *YouTube* introduciendo las siguientes palabras clave: Educación Social, machismo, homofobia, valores sociales, juventud y sociedad; lo que me permitió conocer que existen muchísimos vídeos en los que se tratan estos temas sociales, a través de canales no tan conocidos como los mencionados hasta aquí. A raíz de la visualización de 50 vídeos, se eligieron manualmente seis canales de *YouTube* como muestra, de entre los que habían subido esos 50 vídeos (Figura 4), descartando aquellos que pertenecían a periódicos o medios informativos de masas y centros educativos, haciendo hincapié en los que los habían añadido más recientemente según los algoritmos que utiliza la propia plataforma

de *YouTube* y, siguiendo mi propio criterio como profesional de la Educación Social, resaltando aquellos en los que considero que ésta tendría un papel importante.

Figura 4: Seis canales de *YouTube* con contenido sobre temáticas sociales

Nombre del canal	Género	Temática	Suscripciones
Fordfast	M	Entrevistas juventud sobre temáticas sociales	1,19 millones
AprendemosJuntos	Entidad bancaria	Entrevistas/Educación	901.000
Roma Gallardo	M	Vlog/Pro-machismo/ Pro-racismo	672.000
TowandaRebels	F/F	Feminismo	-
PerfectDrama	F	Colectivo LGTB	21.100
Psicowoman	F	Educación Afectivo- Sexual	15.900

Fuente: Elaboración propia

Estos canales españoles han servido como fuente de inspiración para la realización de la propuesta que aquí se presenta, ya que permitieron detectar la carencia de profesionales de la Educación Social creando contenidos que potencien la conciencia crítica social y eduquen en valores pro-sociales, ya que como podemos observar en la Figura 3, no en todos los canales se promueven este tipo de valores, como, por ejemplo, en el canal “Roma Gallardo”, en el que se critica el feminismo y se alaba el machismo y el racismo.

Por lo que, implementando esta metodología surge la propuesta de la creación de un canal de *YouTube* con contenido sobre temáticas sociales, denominado “Explorando la

sociedad. Enanitos del Bosque”, que se presenta en el siguiente punto y que tiene su propia metodología.

## **5.2. Metodología específica de la propuesta “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque”**

La metodología específica, basada en una prueba piloto, se puede dividir en dos subapartados: por un lado, la relacionada con la configuración de un canal de *YouTube* y, por otro, la relacionada con la estructura y la elaboración de los contenidos audiovisuales que se comparten en dicha comunidad digital.

### **5.2.1. Creación del canal de *YouTube***

PASO 1. Configurar el logo que después se utilizará como foto de perfil del canal de *YouTube*. En el logo debe aparecer de forma sencilla el nombre del Canal y el planeta Tierra, ya que eso reflejaría la perspectiva global que se quiere transmitir en él. El diseño fue posible gracias al programa “*Wondershare Filmora9*”, ya que la imagen utilizada para el fondo fue escogida entre las que vienen por defecto en esta aplicación, y, por tanto, son de uso libre: luego se añadió el título, creando así el logo definitivo que podemos ver en la Figura 5.

Figura 5: Logo canal de *YouTube* “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque”



Fuente: Elaboración propia

PASO 2. Tras la elaboración del logo, se abrió el canal de *YouTube* a través de la propia plataforma, de forma que, tal y como se muestra en la Figura 6, en la descripción del mismo quedase clara la intención por la que surge esta idea y la reivindicación del papel de los educadores y las educadoras sociales en las Redes Sociales.

Figura 6: Captura canal de *YouTube* “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque”

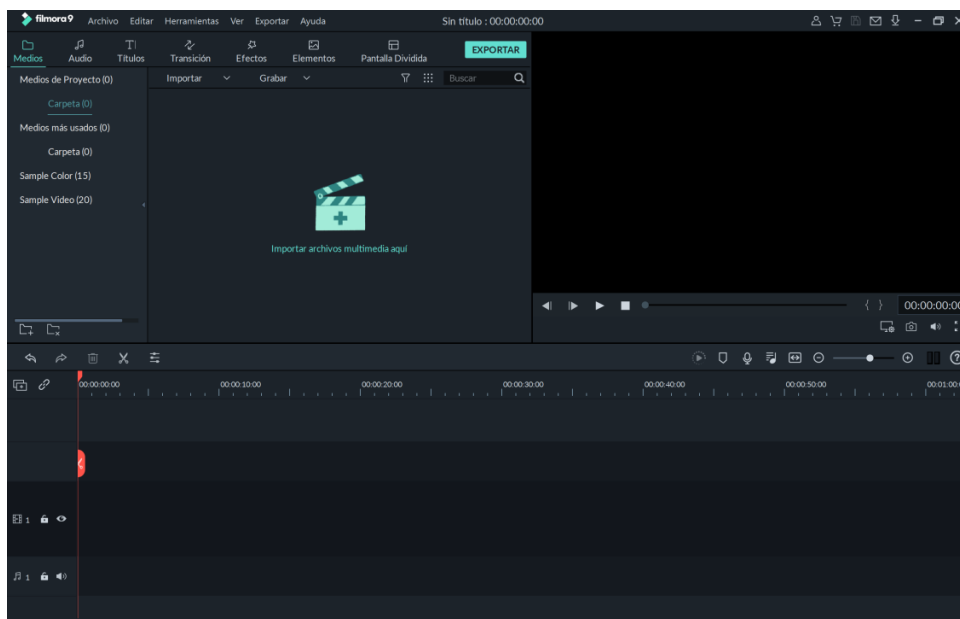
Fuente: Elaboración propia

## 5.2.2. Elaboración de los contenidos audiovisuales

Basándome en la estructura de algunos canales de *YouTube*, he creado un vídeo introductorio y un vídeo final para añadir en todos los contenidos audiovisuales que he ido subiendo a la plataforma. Para hacerlos utilicé el programa de maquetación “*Wondershare Filmora9*” y obtuve la música de la página web *Free Music Projects*, en la que podemos encontrar múltiples melodías sin *copyright* ni derechos de autor.

La grabación de los vídeos disponibles en mi canal de *YouTube* se ha hecho a través de la cámara incorporada en mi ordenador portátil y su edición se ha realizado mediante “*Wondershare Filmora9*”, como se puede observar en la Figura 7, ya que se trata de un *software* que nos permite editar contenido de manera gratuita y sencilla.

Figura 7: Captura pantalla inicio programa “*Wondershare Filmora9*”



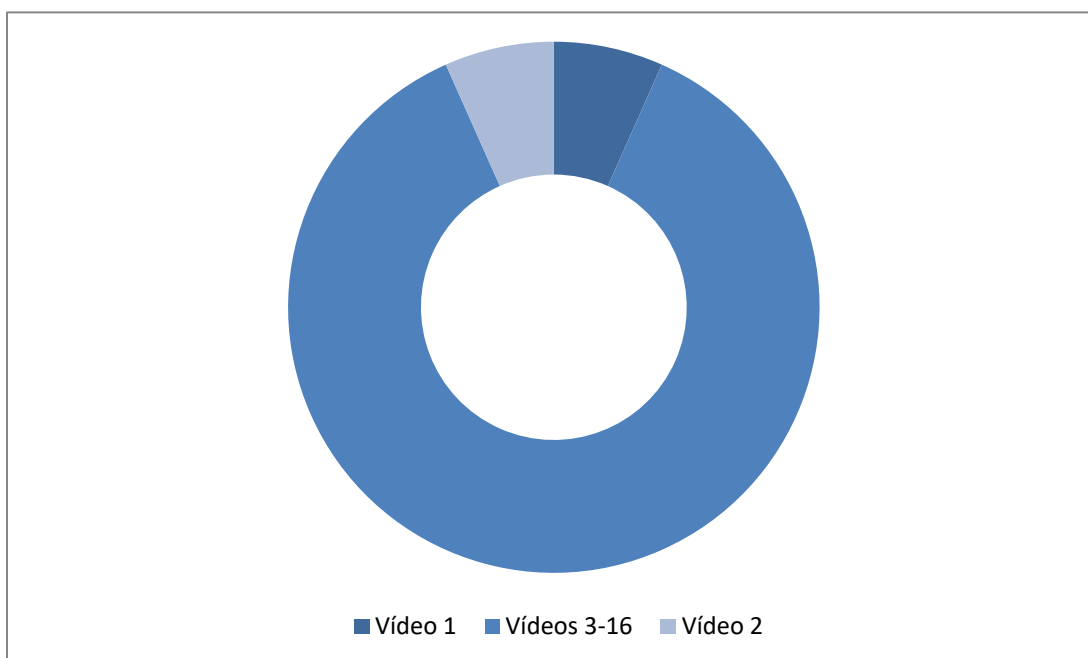
Fuente: Elaboración propia

La elección de las temáticas a tratar surgen tanto por interés propio como por petición de los ciberespectadores a través de los comentarios que pueden dejar en cualquier enlace de vídeo o a través de mensajes privados vía *Twitter*, *Instagram* o *Gmail*, ya que

en el segmento de vídeo con el que finalizan todos los contenidos audiovisuales se han dejado reflejadas mis cuentas personales de estas RR.SS., y para las personas más cercanas, que ya posean mi número de teléfono, por *Whatsapp*.

La afluencia con la que se han colgado los vídeos a “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque” ha sido semanal, exceptuando ocasiones puntuales que han dificultado que esto se cumpliera, y siguen una trayectoria circular, como se puede ver en la Figura 8, ya que el primero, denominado “Presentación”, y el último, “Despedida: Seguid reflexionando Enanitos del Bosque”, consisten en la explicación de la Propuesta; mientras en el resto se tratan temáticas sociales como el machismo, la gordofobia, las nuevas masculinidades, los estigmas asociados al VIH y al SIDA, entre otros.

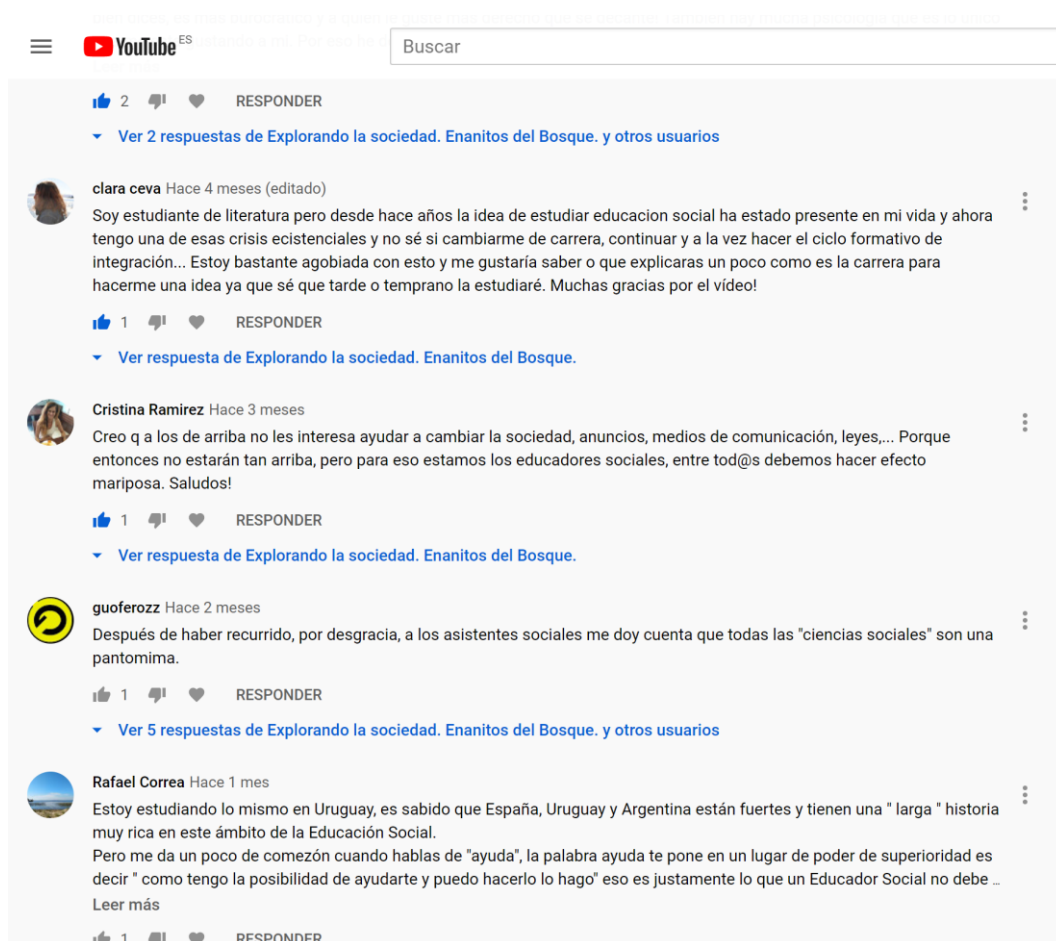
Figura 8: Metodología cíclica de los contenidos audiovisuales de “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque”



Fuente: Elaboración propia

El *feedback* se promueve a través de una serie de preguntas reflexivas al final de cada vídeo que se pueden responder en la plataforma de *YouTube*, mediante comentarios como podemos observar en la Figura 9, o cualquiera de las RR.SS. mencionadas antes.

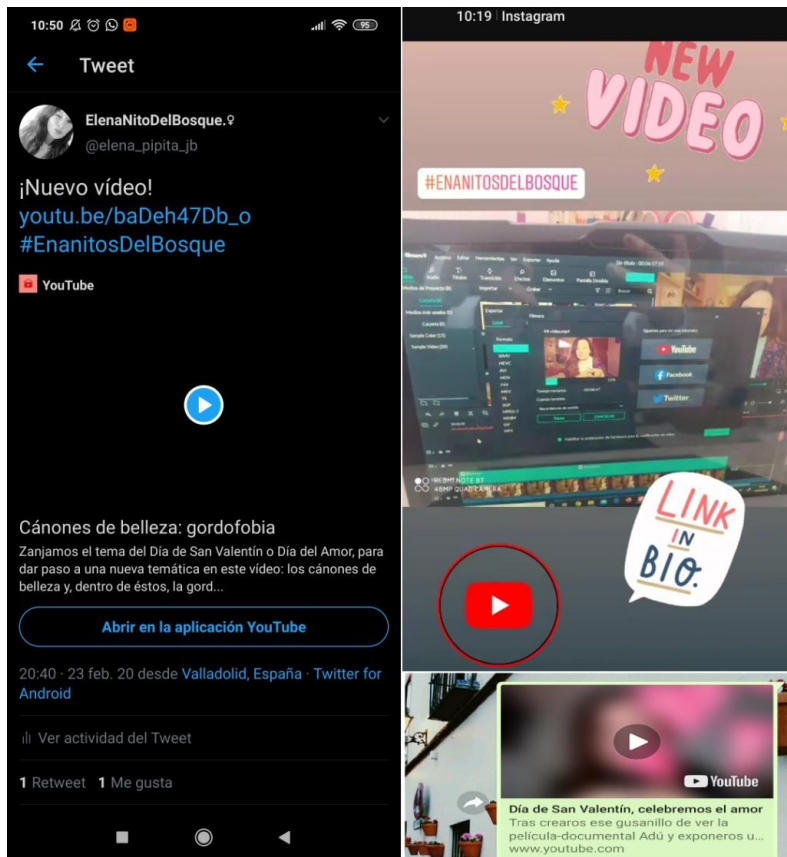
Figura 9: Ejemplo de algunos comentarios en el vídeo “¿Por qué elegí estudiar Educación Social?”



Fuente: Elaboración propia

La difusión y promoción de mi canal de *YouTube* se realiza por mi parte compartiendo en las RR.SS. de *Twitter*, *Whatsapp* e *Instagram* y por parte de cualquier internauta que decida compartir el enlace. Se pueden ver algunos ejemplos en las Figuras 10 y 11.

Figura 10: Autopromoción vía *Twitter*, *Whatsapp* e *Instagram*



Fuente: Elaboración propia

Figura 11: Promoción externa vía *Instagram*



Fuente: Elaboración propia



Por tanto, de acuerdo con todo lo expuesto y sin olvidar que el objetivo de la utilización de estas metodologías es la propuesta de la creación del canal de *YouTube* “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque”, se presenta a continuación la propuesta para este TFG.

## **6. PROPUESTA: “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque” (Canal de *YouTube*)**

### **6.1. Objetivos**

El objetivo general de la propuesta (OGP) coincide con el OE4 del TFG: Plantear la crítica emancipadora respecto a temáticas sociales vinculadas al machismo, la imposición de los cánones de belleza, la situación de soledad de las personas mayores, entre otras, en formato audiovisual como materia del aprendizaje informal.

Además de este OGP, se plantean los siguientes objetivos específicos (OEP) a la hora de implementar esta propuesta:

OEP1: Crear un canal de *YouTube*.

OEP2: Fomentar la capacidad crítica de los ciberespectadores a través de las comunidad virtual *YouTube*.

### **6.2. Justificación**

El motivo por el que surge la propuesta de la elaboración de un canal de *YouTube* con contenidos sobre temáticas sociales gira en torno a dos causas: por un lado, la escasez de referentes, en concreto de educadores/as sociales, en *YouTube* creando contenido audiovisual y, por otro, la ausencia de debate crítico sobre diferentes ideologías y

valores sociales que circulan en el ciberespacio desde el punto de vista de la Educación Social (a lo que llamamos ciberpedagogía); todo lo cual me ha llevado a participar activamente en las comunidades virtuales y “sembrar semillas” de conciencia crítica en estas plataformas, ya que no siempre el uso que se hace de ellas es positivo para la sociedad en general ni, especialmente, para los colectivos más vulnerables.

¿Por qué “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque”? Porque en todas mis Redes Sociales personales me identifico con el nombre de Elena Nito del Bosque, jugando con las palabras de forma que a la vez que digo mi nombre, Elena, se puede leer “el enanito del bosque, ya que creo que las personas somos elementos pequeños (enanitos) dentro de un mundo inmenso (bosque); así defendiendo ese espíritu explorador intrínseco de los educadores y las educadoras sociales surgió “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque”.

### 6.3. Contenido

Se han subido a la Red un total de diecisiete vídeos que tienen una duración de entre seis y trece minutos, ya que el objetivo es captar la atención de las personas sin que visualizar este tipo de contenidos se haga pesado o largo.

Para hacernos una idea de lo expuesto en el canal “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque”, se muestra la Figura 12, en la que podemos ver de forma general los contenidos audiovisuales compartidos en éste, a la manera de un índice.

Figura 12: Contenido audiovisual “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque”

	Título	Duración	Materia	Colaborador/a
Vídeo 1	“Presentación”	8'13"	Explicación y descripción de la prueba piloto y la	-

			metodología a seguir.	
Vídeo 2	“¿Por qué elegí estudiar Educación Social?”	6'18"	Concepción personal de lo que es la Educación Social y el enfoque que quiero dar como educadora social.	-
Vídeo 3	“VIH/SIDA”	9'22"	Estigmas asociados al VIH y al SIDA.	César Perdomo Lenis (Educador social) No aparece en el vídeo.
Vídeo 4	“Interrupción de la canción feminista de las mujeres chilenas en Santiago de Compostela”	8'09"	Interrupción por parte de un varón con la frase “Ahora para casa a hacer la cena” en la <i>performance</i> feminista en apoyo a las mujeres chilenas llevada a cabo en Santiago de Compostela.	-
Vídeo 5	“Mascotas como regalo de Navidad”	7'53"	Responsabilidad con los animales y altas tasas de abandono de éstos tras el período de Navidad que se repiten año tras año al considerarlos un objeto desechable.	-
Vídeo 6	“¿Quién se encarga de los regalos de los Reyes Magos desde la perspectiva de género?”	9'01"	Haciendo referencia a la Ética de los Cuidados defendida por Carol Gilligan, se analiza cómo las mujeres siguen siendo las encargadas de los cuidados y la atención familiar.	-

Vídeo 7	“Mi propósito de Año Nuevo no lo elije nadie que no sea yo”	7'16"	Imposición de los cánones de belleza, haciendo hincapié en la época de Año Nuevo.	-
Vídeo 8	“Pin parental vs Educación Social”	8'57"	Formación en valores, campo de acción de los/as educadores/as sociales.	-
Vídeo 9	“Película Adú: impresiones, reflexiones y Educación Social”	9'20"	Recomendación de ver la película-documental “Adú” debido al enfoque con el que se trata el tema de la inmigración.	-
Vídeo 10	“Día de San Valentín, celebremos el amor”	11'04"	Crítica al rechazo social existente que relaciona el amor con ser empalagoso/a y nuevo enfoque del amor entendiéndolo como algo más integrador (familia, amistades, parejas, mascotas, plantas, entre otros).	-
Vídeo 11	“Cánones de belleza: gordofobia”	6'22"	Cánones de belleza, exaltación de cuerpos delgados, y crítica al modelo <i>curvy</i> basado en un tipo de cuerpo no real, también denominado	-

			“prototipo Kardashian”.	
Vídeo 12	“Nuevas masculinidades. Introducción al 8-M”	9'16"	Concepto de “nuevas masculinidades” y los cambios que suponen en las acciones consideradas masculinas, que en el dualismo sexo/género tienen una posición de privilegio respecto a los considerados femeninos.	-
Vídeo 13	“8-M”	9'36"	Motivos de la reivindicación del Día Internacional de las Mujeres, por lo que sigue siendo necesario el feminismo para avanzar hacia una sociedad más justa.	-
Vídeo 14	“Personas mayores en soledad”	6'58"	Las personas mayores que se encuentran en situación de soledad (abandono), ya que estos casos van en aumento en nuestro modelo de sociedad occidental.	-
Vídeo 15	“Clases lectivas por televisión”	6'32"	Iniciativa de carácter excepcional aprobada por el Gobierno de España de emitir en algunos canales de la televisión pública, clases de nivel de educación formal obligatoria.	-

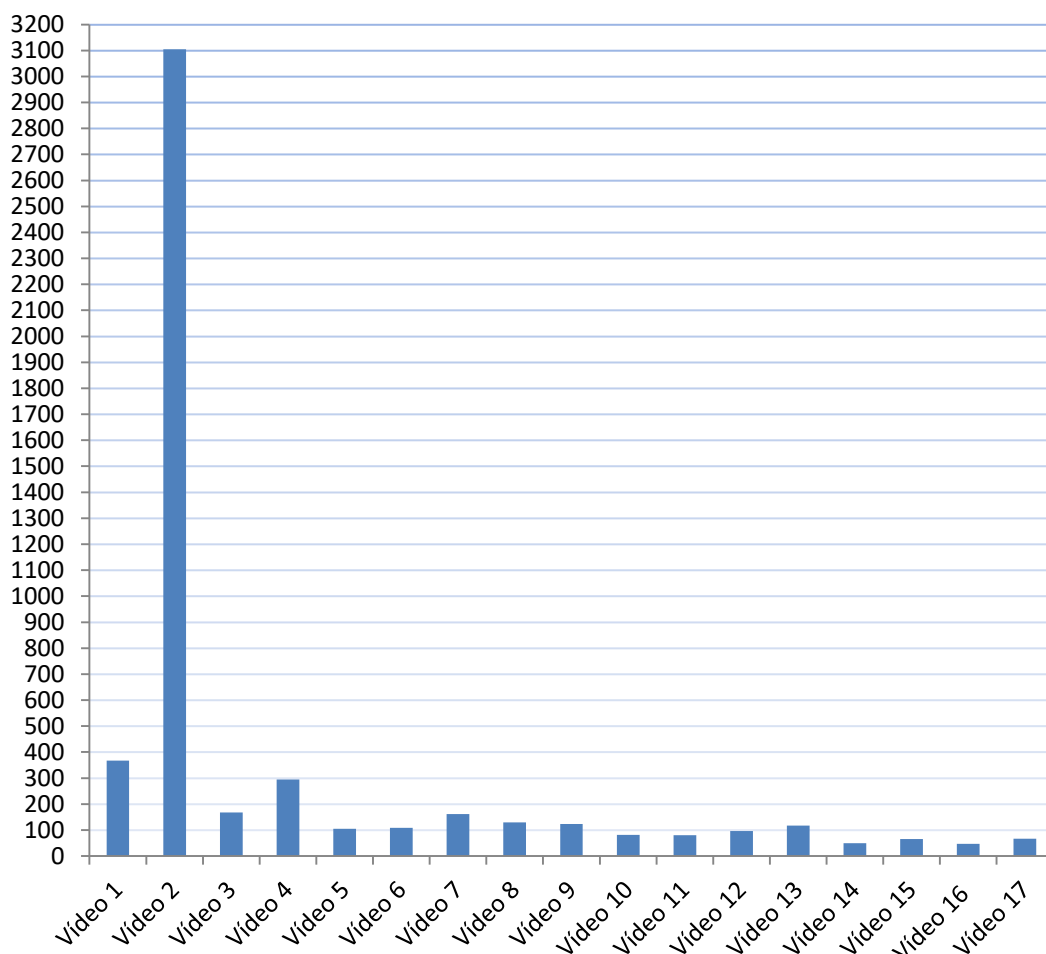
Vídeo 16	“Fútbol desde una perspectiva social”	13'17"	El reflejo del fútbol en la sociedad y de la sociedad en el fútbol.	Luis Ruiz Ruiz (Monitor Cruz Roja Valladolid y comentarista de fútbol) Aparece en el vídeo
Vídeo 17	“Despedida. Seguid reflexionando Enanitos del Bosque”	6'38"	Explicación de que ha finalizado esta prueba piloto en la que se basa este TFG y agradecimientos a todas las personas que han sido partícipes.	-

Fuente: Elaboración propia

#### 6.4. Evaluación

Para poder evaluar de forma cuantitativa la prueba piloto “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque” se ha hecho un seguimiento de la evolución de las visualizaciones del contenido de dicho canal de *YouTube*, entre el 20 de noviembre de 2019 y el 5 de abril de 2020. La Figura 13 refleja, mediante un gráfico estadístico, el número de reproducciones de los diecisiete vídeos subidos al canal “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque” durante la prueba piloto.

Figura 13: Gráfico estadístico canal “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque”



Fuente: Elaboración propia

El vídeo más visto, con 3104 visualizaciones y con una gran diferencia respecto al resto de contenidos audiovisuales subidos al canal, es el nº 2, titulado “¿Por qué elegí estudiar Educación Social”; el resto de los vídeos oscilan entre las 367 visualizaciones del nº 1, “Presentación”, y las 47 del nº 16, “Fútbol desde una perspectiva social”.

A 25 de mayo de 2019, el canal “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque”, tal y como podemos comprobar en la Figura 14, ha experimentado durante el último mes: 890 visualizaciones, 9 suscriptores y alrededor de 42 horas de expectación. Lo cual corrobora, que el hecho de que el contenido de *YouTube* sea permanente y su reproducción no tenga caducidad posibilita el éxito a largo plazo.

Figura 14: Captura *YouTube Studio* análisis los últimos 28 días

### Tu canal ha conseguido 890 visualizaciones en los últimos 28 días



Fuente: Elaboración propia

La prueba piloto “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque” ha finalizado con un total de 92 suscripciones, aunque ha llegado a alcanzar los 101. La Figura 15 representa la afirmación de que la vía de suscripción más utilizada ha sido la página de visualización de *YouTube*, es decir, a raíz del botón “Suscribirse” que aparece en la pantalla de reproducción de un vídeo (54 suscripciones - 58,7%); seguida de la página principal del propio canal de *YouTube* (27 suscripciones – 29,4%); en tercer lugar se encuentran las que se han realizado tras la búsqueda de palabras clave en *YouTube* (9 suscripciones – 9,8%); y, por último, las que *YouTube Studio* califica como “Otros” (2 suscripciones – 2,2%).

Figura 15: Gráfico origen de las suscripciones del canal “Explorando la sociedad.

Enanitos del Bosque”

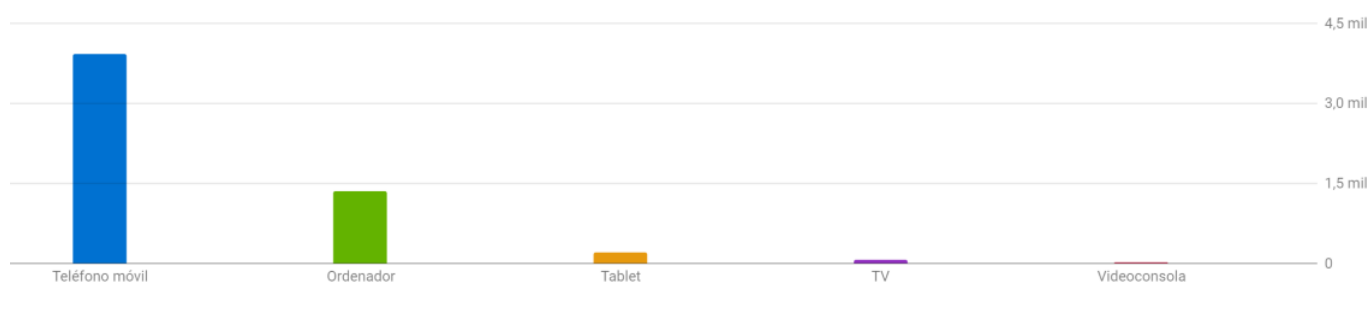




Fuente: Elaboración propia

Se reafirma lo expuesto en el Marco Teórico respecto a la accesibilidad de las personas a los dispositivos que nos permiten conectarnos al ciberespacio, ya que, como se puede observar en la Figura 16, el más utilizado ha sido el teléfono móvil, con un 70,8%.

Figura 16: Tipo de dispositivo utilizado para el consumo de vídeos del canal “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque”



Fuente: Elaboración propia

## 7. CONCLUSIONES

El espacio público, las plazas y la calle han supuesto, tradicionalmente, el medio más empleado para buscar la visibilidad; sin embargo, hoy en día las Redes Sociales en la *Web* representan el nuevo lugar de la acción social, política y económica. Lejos de ser una moda pasajera, las RR.SS. configuran una encrucijada de interacciones entre personas muy diversas en un único espacio (ciberespacio), lo que une e implica a toda la sociedad.

Las RR.SS. se pueden utilizar como lugar donde implementar estrategias de aprendizaje, para implicar a los estudiantes en su proceso de adquisición de conocimientos facilitando la obtención, almacenamiento, recuperación y uso de información necesaria para el aprendizaje (Carranza, 2011). De acuerdo con esta concepción de las RR.SS., por tanto, y poniendo el foco en el aprendizaje informal, tras el estudio de la literatura sobre el tema y en este ámbito, desde este TFG, se ha intentado reivindicar la necesidad de una mayor familiarización de los profesionales de la Educación Social con estas plataformas digitales, desarrollando a través de ellas lo que podemos denominar ciberpedagogía, entendida como la transmisión de conocimientos y valores prosociales utilizando el ciberespacio como medio para ello, fomentando la perspectiva crítica y el debate en un proceso de ida y vuelta, es decir, de colaboración e intercambio.

Esta idea se reafirma gracias a los continuos cambios que se producen en la sociedad que, a diferencia de otras épocas históricas, se están desarrollando a una velocidad muy alta propiciada por la virtualidad, lo que hace latente la necesidad de adaptación e innovación.

Dentro del desarrollo personal, concebido desde un enfoque holístico, se ha de incluir la evolución tecnológica y su aprovechamiento adecuado por parte de toda la sociedad. Es cierto, que esto no está ocurriendo debido a la brecha digital muy potente entre países más y menos desarrollados. Centrándonos en España, el acceso a la Red es mayoritario a raíz de la expansión de los *smartphones* a precios asequibles y su consideración social como bien básico; en otro orden de cosas, muchas plataformas digitales permiten formar parte de la comunidad virtual de forma totalmente gratuita, lo que reduce la segmentación por clases sociales en este nuevo contexto. Sin embargo, volviendo a hacer referencia a Krumsvik (2011) tener la posibilidad de acceso a los recursos

digitales no implica el buen uso y aprovechamiento de estos mismos. En este sentido, los/as educadores/as sociales tenemos la responsabilidad y la oportunidad de ofrecer recursos y contenidos para la capacitación de las personas a la hora de acudir a la *Web*, pero no desde el punto de vista tradicional, centrado en el manejo de los dispositivos o en el uso de herramientas, como por ejemplo los correos electrónicos o la creación de una cuenta de *Twitter*, sino desde un análisis crítico que fomente la emancipación y la autodeterminación a la hora de elegir qué información consumir o transmitir de entre toda la que nos ofrece la cibercultura y el impulso de la responsabilidad social de nuestros actos en el ciberespacio, que a veces se concibe de forma difusa debido al anonimato y a la no necesidad de una presencia física.

La aparición de nuevos entornos digitales de aprendizaje en una sociedad en la que cada vez son más los denominados “nativos digitales” propicia un clima favorable para los/as educadores/as sociales respecto al mercado laboral, no sólo posibilitando la ideación de nuevos espacios donde ejercer esta profesión sino también difundiendo las funciones y los papeles a desempeñar en las distintas instituciones sociales de diferentes ámbitos. Este ha sido el marco que me permitió proponer y llevar a la práctica una experiencia piloto en torno a un canal en la plataforma *YouTube*: “Explorando la sociedad. Enanitos del Bosque”. A nivel personal ha supuesto un gran reto y, a la vez, una motivación, percibida por los comentarios y el *feedback* recibidos. Por parte de los suscriptores del canal y teniendo en cuenta la cantidad de visualizaciones, se intuye que los cibernautas se interesan por los temas de actualidad respecto a las temáticas más genéricas y usuales, con el fin de obtener información y percibir los distintos puntos de vista que hay sobre éstos para así elaborar sus propias ideas y argumentarlas.

El trabajo real también me ha permitido observar que, por ejemplo, sería importante no atender a la exclusividad en la subida de contenidos a la plataforma de *YouTube*, ya que

sería interesante crear una red en distintas plataformas digitales como *Instagram* o *Twitter* para afianzar comunidades virtuales en las que se compartan contenidos según los ciberespectadores demanden, de forma más espontánea e inmediata.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

Alcalá, N. (2017). ¿Cuál fue el primer vídeo que se subió a YouTube?

<https://graffica.info/quien-creo-youtube/>

Ander-Egg, E. (1986). *Diccionario del trabajo social*. Editorial Ateneo.

ASEDES y CGCEES (2007). *Catálogo de funciones y competencias del educador y la educadora social*. ASEDES.

Aula Planeta (2015). Ventajas del aprendizaje basado en juegos o Game-Based Learning (GBL). <https://www.aulaplaneta.com/2015/07/21/recursos-tic/ventajas-del-aprendizaje-basado-en-juegos-o-game-based-learning-gbl/>

Berzosa, M. (2017). *Youtuber y otras especies: El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales*. Ariel y Fundación Telefónica.

Byerly, C.M. (2011). *Global report on the status of women in the news media*.

International Women's Media Foundation.

Black, J., Castro, J. y Lin, C. (2015). *Youth Practices in Digital Arts and New Media: Learning in Formal and Informal Settings*. Palgrave Pivot.

Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.

Carranza, A.M. (2011). Estrategias de aprendizaje para los alumnos de nivel superior en modalidades no convencionales del CUAltos. En Sociedad, C.A. (Ed.) *Investigación educativa en la región Altos sur de Jalisco*. CUAltos,

Castañeda, Q.L. (2010). *Aprendizaje con Redes Sociales: Tejidos educativos para los nuevos entornos*. Editorial MAD.

Del Fresno García, M. (2011). Infosociabilidad: Monitorización e investigación en la Web 2.0 para la toma de decisiones. *El profesional de la información*, 20 (5), pp. 548-554.

Dennis, C., Merrilees, B. y Sharit, J. (2009). E-consumer behavior. *European Journal of Marketing*, 43 (9), pp. 1121-1139.

Domínguez, G., Torres, L.M. y López, E. (2010): *Aprendizaje con Wikis: Usos Didácticos y Casos Prácticos*. Editorial MAD.

Duart, J. (2002). Educar en valores en entornos virtuales de aprendizaje: realidades y mitos. La Univertat Oberta de Catalunya. <https://www.uoc.edu/dt/20173/index.html>

Elogia y Biblioteca de Investigación y Estándares. (2019). Estudio Anual de Redes Sociales 2019. <https://elogia.net/estudio-anual-redes-sociales-2019-en-espana/>

Fojón, E. y Sanz, A. (2010). *Ciberseguridad en España: una propuesta para su gestión*. Real Instituto Elcano.

French, L., Montiel, A.V., y Padovani, C. (2019). *Gender, Media and ICTs: New approaches for research, education & training*. UNESCO.

Gee, J.P. (2004). *Lo que nos enseñan los videojuegos sobre el aprendizaje y el alfabetismo*. Ediciones Aljibe.

Gee, J.P. (2012). Nurturing affinity spaces and game-based learning. En Constance S., Kurt, S. y Sasha, B. (Eds.), *Games, learning and society: learning and meaning in the digital age*. Cambridge University Press.

González, B. (2016). La incorporación de las wikis como herramienta de comunicación interna. *Puro Marketing*. <https://www.puromarketing.com/14/27792/incorporacion-wikis-como-herramienta-comunicacion-interna.html>

Gutiérrez, E., Rey, E. y Melo, R. (2018). YouTube. En Scolari, C. (Ed.) *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula*. Ce.Ge.

Johnson, L., Adams-Becker, S., y Cummins, M. (2012). The NMC Horizon Report: 2012 Higher Education Edition. *The New Media Consortium*.

Johnson, L., Adams-Becker, S., Cummins, M., Estrada, V., Freeman, A., y Ludgate, H. (2013). NMC Horizon Report: Edición sobre Educación Superior 2013. *The New Media Consortium*.

Iyer, R. y Eastman, J. (2006). The elderly and their attitudes toward the Internet: the impact on Internet use, purchase and comparison shopping. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 14, pp. 57-67.

Krumsvik, R. (2011). Digital competence in Norwegian teacher education and schools. *Högre utbildning*, 1 (1), pp. 39-51.

Martínez, L.M., Leyva M.E. y Félix, L.F. (2014). *La realidad de la irrealidad*. Red Durango de Investigadores Educativos A. C.

Martínez, L.M., Leyva M.E., Félix, L.M., Cecenas, P.E. y Ontiveros, V.C. (2014).

*Virtualidad, ciberespacio y comunidades virtuales*. Red Durango de Investigadores Educativos, A. C.

Martínez-Cantos, J.L. (2013). La persistencia de la brecha digital de género. Análisis cuantitativo en España y Europa (Trabajo de Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid.

Masanet, M.J. y Establés, M.J. (2018). Competencias en la prevención de riesgos, ideología y ética. En Scolari, C. (Ed.) *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula*. Ce.Ge.

Montoya, G., Zapata, C. y Cardona, B. (2002). *Diccionario especializado de trabajo social*. Universidad de Antioquia.

Navarrete, J. (2018). Tipos de redes sociales y sus características.

<https://www.inboundemotion.com/blog/tipos-de-redes-sociales-y-sus-caracter%C3%ADsticas>

Ocaña, Y., Valenzuela, L., y Garro, L. (2019). Inteligencia artificial y sus implicaciones en la educación superior. *Propósitos y Representaciones*, 7 (2), pp. 536-568.

Ortiz, A. E., (2016). ¿Qué son los MOOC? Universidad Autónoma de Querétaro y DEDIE.

Ottis, R. y Lorents, P. (2010). Cyberspace: Definitions and Implications. *Cooperativa Cyber Defence Centre of Excellence*.

Peacock, S. y Künemund, H. (2007). Senior citizens and Internet technology: Reasons and correlates of access versus non-access in a European. *European Journal of Ageing*, 4, pp. 191-200.

Peral, B., Villarejo, A. F. y Arenas, J. (2017). Descifrando la brecha digital de los mayores. *Panorama Social*, (25), pp. 67-82.

Pereira, S., Fillol, J. y Moura, P. (2019). El aprendizaje de los jóvenes con medios digitales fuera de la escuela: De lo informal a lo formal. *Revista Científica de Educomunicación*, 27 (58), pp. 41-50.

Pérez, A.I. (2012). *Educarse en la era digital*. Editorial Morata.

Pérez-Torres, V., Pastor-Ruiz, Y. y Abarrou-Ben-Boubaker, S. (2018). Los youtubers y la construcción de la identidad adolescente. *Revista Científica de Educomunicación*, 26 (55), pp. 61-70.

Ponce-k idatzia, I. (2012). Monográfico: Redes Sociales. Observatorio Tecnológico.  
<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/internet/web-20/1043-redes-sociales>

Prensky, A. (2010). Digital natives, digital immigrants. *NCB University Press*, 9 (5), pp. 1-6.

Rainie, L. y Wellman, B. (2012). Networked: The New Social Operating System. *The MIT Press*, pp. 213-218.

Regueira, U., Alonso-Ferreiro, A. y Da-Vila, S. (2020). La mujer en Youtube: Representación y participación a través de la técnica Web Scraping. *Revista Científica de Educomunicación*, 28 (63), pp. 31-40.



- Reisenwitz, C., Iyer, R., Kuhlmeier, D. y Eastman, J. (2007). The elderly's Internet usage: an updated look. *Journal of Consumer Marketing*, 24 (7), pp. 406-418.
- Reygadas, L. (2017). Tres matrices generadoras de desigualdades. En Cordera, R., Robles, J. M., Torres-Albero, C. y De Marco, S. Revisión analítica del modelo de aceptación de la tecnología. El cambio tecnológico. *Papers, Revista de Sociología*, 102 (1), pp. 5-27.
- Robles, J. M., Torres-Albero, C. y Molina, O. (2010). Brecha digital. Un análisis de las desigualdades tecnológicas en España. *Sistema*, (218), pp. 3-22.
- Sánchez, A. (2016). La Sociedad de la Información, Sociedad del Conocimiento y Sociedad del Aprendizaje. Referentes en torno a su formación. *Bibliotecas. Anales de investigación*, 12 (2), pp. 235-243.
- Salinas, J. (2013): Enseñanza flexible y aprendizaje abierto, fundamentos clave de los ples. En Castañeda, L. y Adell, J. (Eds.) *Entornos Personales de Aprendizaje: Claves para el ecosistema educativo en red* (pp. 53-70). Editorial Marfil.
- Scolari, C. (2018). *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula*. Ce.Ge.
- Tabarés, P. (2016). Booktubers. Nuevos modelos de crítica literaria en YouTube (Trabajo Fin de Grado). Universidad de Valladolid.
- Torres de Bustos, A. (2017). Educación Social: redes sociales y escuela. *Revista de Educación Social*, 25, pp. 278-283.
- Van Deursen, A. y Van Dijk, J. (2010). Measuring Internet skills. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 26 (10), pp. 891-916.

Vizcaíno, A., Contreras, P. y Guzmán, M. D. (2019). Lectura y aprendizaje informal en Youtube: El booktuber. *Revista Científica de Educomunicación*, 27 (59), pp. 95-104.

We Are Social (2020). Digital 2020. <https://wearesocial.com/es/blog/2020/02/digital-2020-en-espana>

Westenberg, W. (2016). The influence of youtubers on teenagers (Tesis Fin de Máster). University of Twente.