

YouTube com a eina de divulgació formativa del TFG: el cas del Grau en Publicitat i Relacions Públiques de la Universitat Autònoma de Barcelona

PATRÍCIA LÁZARO PERNIAS

Professora titular del Departament de Publicitat, Relacions
Públiques i Comunicació Audiovisual
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)

Patricia.Lazaro@uab.cat

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5633-7612>

ILEANA ZELER

Professora lectora Serra Húnter del Departament
de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)

Ileana.Zeler@uab.cat

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5550-1000>

Article rebut el 30/06/2023 i acceptat el 6/10/2023

Com citar:

Lázaro Pernias, P. i Zeler I. (2023). YouTube com a eina de divulgació formativa del TFG: el cas del Grau en Publicitat i Relacions Públiques de la Universitat Autònoma de Barcelona. *Quaderns del CAC*, 49, 47-54. doi: <https://doi.org/10.34810/qcac49id420937>

Resum

Aquest article proposa l'ús de YouTube com a eina de divulgació formativa de les activitats vinculades als TFG del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Universitat Autònoma de Barcelona. En concret, recull aquest plantejament formatiu a través de la creació de videotutorials, alhora que busca impulsar la participació activa dels estudiants i els brinda un paper protagonista en el seu propi procés de formació, en proposar-los que produeixin vídeos per a la presentació i defensa dels seus TFG.

Paraules clau

Educació superior, videotutorial, videodefensa, YouTube, TFG.

Abstract

This article proposes the use of YouTube as a tool of formative dissemination of the activities associated with the final project in the bachelor's in Advertising and Public Relations at the Autonomous University of Barcelona. Specifically, it examines this formative approach through the creation of video tutorials, while also seeking to promote students' active participation, giving them a prominent role in their own training process by asking them to produce videos to present and defend their final projects.

Keywords

Higher education, video tutorial, video defence, YouTube, final project.

1. Introducció

En els darrers anys, l'ús del vídeo com a recurs educatiu ha experimentat un augment significatiu, incloent-hi l'ús que se'n fa com a complement a l'ensenyament presencial, especialment arran de la pandèmia de la Covid-19 (Pattier i Ferreira, 2022; Succar *et al.*, 2022). Docents de tots els nivells educatius, incloent-hi l'educació universitària, han optat per integrar materials audiovisuals a les seves classes. Els videotutorials, en particular, s'utilitzen com a complement de les estratègies d'ensenyament tradicionals per facilitar la comprensió de la informació (Bengochea i Medina, 2013) i fer que el procés d'ensenyament-aprenentatge sigui més dinàmic i atractiu. En aquest context, YouTube s'ha convertit en la plataforma d'elecció tant per trobar aquests recursos com per compartir-los i ha esdevingut així una eina valuosa per a l'educació.

Un dels motius fonamentals per utilitzar aquests recursos és apropar-se a una generació d'estudiants que estan cada vegada més habituats a consumir continguts a través de múltiples plataformes, formats i suports digitals, i acompanyar-los (Bengochea i Medina, 2013). Segons Gutiérrez *et al.* (2018), alguns estudiants asseguren que els tutorials disponibles a YouTube són de gran ajuda en el seu procés d'aprenentatge, ja que es poden visualitzar tantes vegades com calgui i s'adapten a cada persona i al seu nivell de comprensió. A més, YouTube és una eina que ofereix a l'alumnat la possibilitat de crear i difondre els seus propis materials educatius, com ara projectes i treballs de recerca, i facilita l'accés a altres estudiants, professors i interessats en el tema. D'aquesta manera, amb milions de vídeos disponibles sobre una àmplia varietat de temes, YouTube s'ha consolidat com una font d'aprenentatge rica i diversa.

Tot i la utilització creixent de recursos audiovisuals a

l'ensenyament universitari (Bengochea i Medina, 2013; Placencia, 2015), en particular a plataformes com YouTube (Gallego Domínguez i Murillo Estepa, 2018; Lozano Díaz *et al.*, 2020; Maraza-Quispe *et al.*, 2020; Posligua Anchundia, 2020), l'aplicació específica que se'n fa en el context dels Treballs Finals de Grau (TFG) ha estat poc explorada (Crespo i Sánchez-Saus, 2020). El TFG és una assignatura obligatòria a l'educació superior a Espanya, en la qual els estudiants han d'aplicar de manera integrada els coneixements i les competències adquirits durant els seus estudis. Encara que existeixen pautes comunes per al disseny, el desenvolupament i la presentació del TFG, com ara les diferents modalitats i els continguts dels diferents apartats (Sierra Sánchez *et al.*, 2018), cada centre universitari estableix certes normes particulars. En aquest sentit, pot resultar convenient precisar aquestes particularitats tant entre l'alumnat com entre el professorat, especialment el novell. Actualment, el Grau en Publicitat i Relacions Públiques de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) no ofereix una assignatura específica per als estudiants ni formació per als professors tutors en relació amb el TFG.

A més, després de completar el TFG, molts estudiants s'enfronten a la manca de visibilitat dels seus treballs, la qual cosa limita la seva capacitat per compartir les seves recerques. En aquest sentit, YouTube pot exercir un paper valuós per abordar aquests desafiaments.

Aquest article presenta un projecte d'innovació docent que va rebre un ajut en una convocatòria interna de la Universitat Autònoma de Barcelona. Aquest projecte va ser desenvolupat per professorat del Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual d'aquesta mateixa universitat. Els docents d'aquest departament són responsables de bona part dels TFG del Grau en Publicitat i Relacions Públiques, així com d'altres graus de comunicació.

El projecte proposa l'ús de YouTube com a eina de divulgació formativa d'activitats relacionades amb els TFG. Concretament, s'enfoca en la creació de videotutorials formatius, alhora que busca impulsar la participació de l'alumnat i atorgar-los un paper protagonista en el seu propi procés formatiu en proposar-los la producció de vídeos per presentar i defensar els seus TFG. Aquesta proposta permet als estudiants desenvolupar habilitats comunicatives i creatives, al mateix temps que promou una major interacció amb la comunitat acadèmica. El projecte també aborda la necessitat de millorar la visibilitat i la difusió dels treballs dels estudiants en utilitzar una plataforma globalment reconeguda com YouTube. Això facilita l'accés i la retroalimentació per part d'una audiència més àmplia.

2. Marc teòric

2.1 L'ús didàctic del vídeo en el context educatiu

La integració de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) a l'ensenyament ha suposat una innovació pedagògica. La disponibilitat de plataformes digitals, recursos i materials

didàctics contribueix de manera significativa a la formació dels estudiants en les seves competències futures. Segons les recomanacions del Consell Europeu, adquirir competències digitals és fonamental en el procés d'aprenentatge. Per tant, és crucial que el professorat rebi formació en aquesta àrea (Calero Sánchez, 2019) i utilitzi aquestes eines en la seva tasca docent. En aquest sentit, el Ministeri d'Educació i Formació Professional ha desenvolupat el Marc de referència per a la competència digital docent, que recopila recursos i eines digitals de suport docent per crear i editar, comunicar, compartir i col·laborar, entre altres aspectes (INTEF, 2017).

El vídeo ha esdevingut un recurs didàctic que facilita l'ensenyament i la comprensió de la informació. La utilització de vídeos en el procés d'ensenyament-aprenentatge el fa més dinàmic i atractiu, com s'ha destacat en recerques prèvies (Choe *et al.*, 2019). A més, en l'àmbit de l'educació superior, s'han documentat evidències que indiquen que l'ús de vídeos pot millorar el procés d'aprenentatge (Noetel *et al.*, 2021). No obstant això, és important assenyalar que alguns autors adverteixen que els vídeos educatius poden ser més efectius quan s'apliquen en grups homogenis en termes de nivell educatiu (Kohler i Dietrich, 2021). Els vídeos es poden utilitzar tant per ensenyar contingut als estudiants com perquè aquests expressin i comuniquin el que han après (García Aragón, 2016). Per tant, aquest recurs no només permet als educadors transmetre i ampliar la comprensió, sinó que també facilita la comunicació creativa de l'aprenentatge adquirit per part dels estudiants.

En els últims anys, l'ús del vídeo ha experimentat un creixement notable en la comunitat educativa i ha demostrat grans avantatges per a l'educació formal i informal en contextos de crisi, com va ser el cas de la Covid-19 (Lowenthal i West, 2020; Pattier i Ferreira, 2022). El consum de contingut audiovisual a través de plataformes digitals ha augmentat i cada vegada més estudiants opten per utilitzar aquests recursos per a la seva educació (Bengochea i Medina, 2013). A més, l'arribada imminent de la intel·ligència artificial està desafiant les formes d'ensenyament-aprenentatge basades en la interacció, la qual cosa està duent al desenvolupament d'una educació més automatitzada i predictiva (Incio Flores *et al.*, 2022).

Entre els diversos estils de vídeos disponibles en l'àmbit educatiu (Choe *et al.*, 2019; Zacarias Ricardo i Revilla Miguel, 2019) s'hi troben els videotutorials o píndoles formatives (Bengochea i Medina, 2013). Els videotutorials es distingeixen dels enregistraments de classes presencials, ja que són vídeos dissenyats específicament per ser consumits de manera asincrònica. Aquests vídeos inclouen continguts que complementen les estratègies de formació tradicional, faciliten la comprensió dels temes i milloren la qualitat de l'aprenentatge (Bengochea i Medina, 2013; Jiménez Castillo i Marín Carrillo, 2012). Segons García Aragón (2016), l'ús d'imatges en els vídeos pot simplificar la comprensió de fenòmens o conceptes, ja que permeten combinar imatges estàtiques o en moviment, so i text en una única peça. Aquesta integració d'elements

facilita l'expressió de la informació que es desitja ensenyar i, en conseqüència, millora la capacitat de comprensió per part de la persona receptora.

Fyfield *et al.* (2019) suggereixen certs principis per dissenyar els videotutorials: que se centrin en un únic tema d'aprenentatge; que se'n redueixi la durada, i que es dirigeixi l'atenció de l'estudiant cap a elements concrets de la pantalla. Per tant, aquests vídeos educatius constitueixen un recurs informatiu significatiu per als estudiants, però el seu èxit a la comunitat universitària depèn de la qualitat de producció del contingut perquè sigui sintètic, ràpid i efectiu (Placencia, 2015).

Existeixen diverses eines i suports que permeten crear els videotutorials (Placencia, 2015). Per exemple, en el kit digital de l'INTEF (2017), s'hi troben consells per crear videotutorials de qualitat, així com recomanacions d'eines i suports per produir-los (com Filmora, Screencastify, Monosnap, Activi Presenter) i editar-los (com VideoPad, Filmora edició, OpenShot, Wevideo). Aquestes eines permeten als educadors dissenyar i desenvolupar videotutorials efectius que es poden compartir a través de diverses plataformes digitals. Entre aquestes plataformes, YouTube ha esdevingut una de les més populars entre els educadors, principalment a partir de la pandèmia (Pattier i Ferreira, 2022; Succar *et al.*, 2022), a causa de la seva capacitat per superar barreres de connectivitat en determinats contextos socials i culturals.

2.2 YouTube com a eina per a la divulgació educativa

YouTube és la quarta xarxa social més usada pels joves i la segona millor valorada per les persones usuàries a Espanya, segons l'estudi anual d'IAB Spain del 2023, elaborat per ELOGIA (IAB Spain, 2023). Aquesta plataforma es va crear com un espai per exposar i difondre contingut audiovisual propi (Maraza-Quispe *et al.*, 2020). La seva missió, segons els seus creadors, és "to give everyone a voice and show them the world" (YouTube, s. f.). Els usuaris d'aquesta plataforma digital poden gaudir d'una àmplia varietat de contingut en format audiovisual, així com crear i compartir els seus propis vídeos amb una audiència extensa. YouTube ofereix la possibilitat de personalitzar l'experiència mitjançant la creació de canals propis, la subscripció a canals d'interès i la interacció amb els continguts. A més, és accessible a més de 88 països, a través de diversos dispositius, la qual cosa fomenta la connectivitat en l'àmbit global (Lozano Díaz *et al.*, 2020).

Els continguts disponibles a YouTube es consideren una font de coneixement valuosa tant per a l'alumnat com per al professorat. Per aquesta raó, YouTube és una plataforma idònia per a l'educació, ja que ofereix la possibilitat de consumir, crear i compartir vídeos que facilitin el coneixement, l'entreteniment i la visibilitat social (Gutiérrez *et al.*, 2018). La utilització de vídeos a YouTube com a material didàctic genera resultats positius en l'aprenentatge dels estudiants, a causa de l'interès alt que aquest grup té pels continguts audiovisuals (Pérez Gómez i Cuecuecha Mendoza, 2020). Segons Gutiérrez *et al.* (2018), alguns estudiants asseguren que els tutorials disponibles

a YouTube contribueixen al procés d'aprenentatge, ja que es poden visualitzar tantes vegades com calgui i s'adapten a la persona i al seu nivell de comprensió. No obstant això, alguns autors afirmen que factors actitudinals, com ara la utilitat percebuda o la facilitat d'ús, així com la qualitat dels materials, seran determinants perquè l'alumnat valori usar els vídeos de YouTube com a material didàctic (Harper *et al.*, 2023).

Molts professors destaquen que aquesta xarxa social facilita la comprensió de la informació en presentar-se en format de vídeo (Posligua Anchundia, 2020). No obstant això, Harper *et al.* (2023) emfatitzen la importància que els professors realitzin una selecció prèvia de continguts, amb la finalitat d'evitar la percepció de risc de l'alumnat a consultar continguts inexactes o obsolets o a dedicar massa temps a trobar per si mateixos els continguts apropiats.

D'altra banda, YouTube facilita l'administració i l'organització de col·leccions de vídeos educatius en línia, la qual cosa contribueix a la formació acadèmica. Els estudiants també tenen l'oportunitat d'esdevenir productors de vídeos i difondre'ls a través de la xarxa social. Així, YouTube es configura com una opció potencialment beneficiosa en l'àmbit educatiu (Maraza-Quispe *et al.*, 2020), així com una de les xarxes socials, juntament amb TikTok o Instagram, més utilitzades per les institucions d'educació superior i el professorat per connectar amb la comunitat universitària (Lozano Díaz *et al.*, 2020).

Són múltiples les experiències d'ús de les xarxes socials, i en concret de YouTube, com a eina didàctica en la formació universitària. La literatura i la cerca directa a la xarxa mateixa mostren un ventall temàtic ampli que passa per l'aprenentatge de llengües, la pedagogia, el dret, la medicina o la química. Moltes d'aquestes experiències sorgeixen de la voluntat del professorat de buscar fórmules efectives per a la innovació docent i atenen diverses maneres d'aprofitar les potencialitats de la xarxa. Són diversos els articles que descriuen la preparació d'un repositori de vídeos seleccionats a la xarxa mateixa (Frag *et al.*, 2020; Lozano Díaz *et al.*, 2020; Rudenkin i Grushevskaya, 2019). Altres experiències es basen en l'elaboració per part del professorat dels seus propis materials. En aquest cas, podem distingir diferents modalitats: les classes o conferències gravades a l'aula presencial mateixa (amb el MIT OpenCourseWare com a principal precursor) o elaborades específicament per a canals educatius (Pattier i Ferreira, 2022; Ranga, 2017), i la creació de videotutorials o píndoles formatives (Bou Franch, 2021; Zhyrun, 2016). Així mateix, cal assenyalar les experiències basades en el paper de l'alumnat com a creador de continguts (Orús *et al.*, 2016).

3. El TFG al Grau en Publicitat i Relacions Públiques de la UAB

El TFG és un requisit fonamental per obtenir un grau universitari oficial a Espanya. La seva condició obligatòria va ser introduïda en el Reial decret 1393/2007, de 29 d'octubre, i posteriorment

modificada pel Reial decret 861/2010, de 2 de juliol, i el Reial decret 43/2015, de 2 de febrer, que van abordar transformacions curriculars, estructurals i organitzatives (Sierra Sánchez *et al.*, 2018). El TFG es realitza en l'etapa final del pla d'estudis i té com a objectiu avaluar les competències vinculades a la titulació. Cada universitat en determina el nombre de crèdits (ETCS) assignats (mínim 6 ETCS i màxim 30 ETCS), així com les modalitats i els procediments de defensa i avaluació.

En el cas de la UAB, aquests aspectes es troben regulats en la normativa acadèmica de la universitat (Universitat Autònoma de Barcelona, 2022). Així mateix, per al Grau en Publicitat i Relacions Públiques, els requisits d'accés i les pautes d'elaboració i avaluació s'especifiquen en un apartat de la pàgina web de la Facultat de Ciències de la Comunicació (s. f.). El TFG és una assignatura obligatòria de 12 ECTS en tots els plans d'estudis de la facultat. Pot adoptar dues modalitats (treball de recerca o projecte) i pot ser realitzat de manera individual o en grup. Segons la normativa, cada treball ha de tenir un/a tutor/a expert/a en l'àrea i per avaluar-lo ha d'incloure una defensa pública obligatòria.

4. Objectius del projecte d'innovació

El projecte d'innovació que es presenta pretén fer ús de YouTube com a eina de divulgació formativa de les activitats vinculades als TFG del Grau en Publicitat i Relacions Públiques de la UAB. Per a això, es van establir els objectius específics següents:

Impulsar la creació i publicació de videotutorials relacionats amb la planificació, el desenvolupament i la presentació dels TFG al canal oficial de YouTube del Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual de la UAB, amb la finalitat de contribuir a la formació complementària dels estudiants per al desenvolupament d'aquest treball i col·laborar amb el professorat encarregat de tutoritzar-lo.

Promoure la preparació de vídeos de presentació dels TFG de l'alumnat del grau i difondre'ls a través del canal de YouTube mateix.

A diferència de moltes de les experiències d'utilització de YouTube a la docència universitària, en la qual els docents seleccionen vídeos publicats prèviament a la xarxa social (Lozano Díaz *et al.*, 2020; Oliva Marañón i Gallego Trijueque, 2021), aquesta proposta planteja la producció dels seus propis materials audiovisuals i, d'altra banda, fugir del format "llició".

5. Proposta metodològica / procés de treball

A partir dels objectius específics, es va plantejar un pla de treball dividit en dues fases que s'havien de dur a terme de manera simultània. La primera fase es va enfocar en la creació i publicació de videotutorials. La segona fase es va centrar en la recopilació de vídeos de presentació d'aquells TFG amb una qualificació mínima de 8,50 punts, per difondre'ls. Aquesta

acció té com a objectiu promocionar el treball dels alumnes i convertir-lo en una referència per a futurs estudiants, per tal d'afegir valor addicional als TFG.

5.1 Primera fase

En la primera fase es va dissenyar un enfocament metodològic que va tenir en compte les necessitats de formació dels estudiants i el suport que requeria el professorat en la tutorització dels TFG, especialment aquells docents novells que s'incorporen per primera vegada a la tasca de tutorització de TFG.

Inicialment, es van identificar temàtiques rellevants que podrien ser abordades a través dels videotutorials, les quals van derivar de l'experiència d'equip del projecte i de converses amb altres professors de la titulació. Així, es van detectar les necessitats formatives següents:

- relacionades amb el procés de plantejament del TFG: modalitats de TFG, aspectes de normativa acadèmica, paper del tutor o tutora, etc.
- relacionades amb el desenvolupament del TFG: estructura segons modalitat, eines metodològiques, gestió de les referències i bibliografia, plagí, etc.
- relacionades amb la defensa, tant presencial com videogràfica: durada, recursos i eines complementàries.

A més de definir les temàtiques, es va dur a terme una exploració de formats més adequats per als videotutorials. Es va buscar generar un estil comunicatiu atractiu per als estudiants i es va considerar l'ús d'una veu en *off* que proporcionés les explicacions pertinents i la inclusió d'imatges provinents de diverses fonts, com ara enregistraments propis, imatges de bancs d'imatges gratuïtes (www.pexels.com), música lliure de drets d'autor (www.jamendo.com) i enregistraments de pantalla. A més, es van utilitzar recursos d'imatge institucional que la UAB posa a disposició de la comunitat universitària per incorporar trets de la identitat corporativa.

Tot seguit, es va procedir a preparar guions per als primers vídeos produïts. La decisió d'iniciar el canal amb aquests primers vídeos buscava respondre a dos criteris: proporcionar material cronològicament congruent amb les etapes de realització d'un TFG, i respondre a les demandes del professorat de la titulació, que, en converses informals prèvies, van assenyalar necessitats formatives concretes. Es va considerar important establir una durada adequada per als vídeos (entre 1 i 3 minuts) per afavorir-ne el consum, i evitar l'avorriment i la interrupció de la visualització per part dels estudiants. Posteriorment, es va iniciar l'etapa de producció i postproducció d'aquests materials (vegeu la figura 1).

Els materials van ser publicats en el canal de YouTube del Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual de la UAB (@departamentpublicitatuab853), dins d'una llista de reproducció anomenada "TFGs – tutorials".

5.1 Segona fase

En la segona fase es va comptar amb la col·laboració i la

Figura 1 Fotogrames extrets d'un dels videotutorials publicats al canal de YouTube



Font: Elaboració pròpia.

complicitat dels tutors de TFG del Grau en Publicitat i Relacions Públiques. Aquests professors exerceixen un paper essencial en la supervisió i orientació del TFG, per la qual cosa se'ls va proporcionar una carta de presentació del projecte, en què se'ls convidava a participar-hi de manera activa.

Els tutors havien d'actuar com a intermediaris entre els estudiants interessats a preparar els vídeos de presentació i explicació dels seus TFG. Per facilitar aquest procés, se'ls va proporcionar un material informatiu que havien de compartir amb els seus alumnes. Aquest material incloïa instruccions detallades, consells i eines pràctiques per preparar els vídeos. A més, es va encomanar als tutors la tasca de sol·licitar als estudiants participants que signessin un document de cessió de drets d'imatge.

Al llarg d'aquest procés, es van atendre i es van resoldre els dubtes que sorgissin per part del professorat col·laborador. A més, es van valorar les recomanacions aportades pels tutors, les quals es van integrar en el desenvolupament del projecte. Aquesta col·laboració i retroalimentació van resultar fonamentals per garantir l'èxit d'aquesta fase per aconseguir els objectius plantejats.

Una vegada conclòs el procés d'elaboració i defensa de TFG (juny i juliol de 2022 i 2023), es va sol·licitar als tutors la tramesa dels vídeos. L'equip a càrrec del projecte mateix va ser l'encarregat de seleccionar els vídeos que finalment es pujarien a YouTube. És important destacar que, en alguns casos, tot i que els treballs obtenien una qualificació superior a 8,5 sobre 10, els vídeos per a les defenses dels TFG (videodefenses) no complien amb els estàndards de qualitat necessaris a causa de deficiències en la imatge i/o el so, la qual cosa en va determinar l'exclusió del canal.

Amb tots aquests aspectes considerats, es va procedir a carregar el material seleccionat en el canal de YouTube del Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual de la UAB, i es va proporcionar una identificació adequada de la temàtica, els autors i els tutors de cada treball. El material es va incorporar a una llista de reproducció titulada

"TFGs". Aquesta acció es va dur a terme durant els mesos de juliol i setembre dels anys 2022 i 2023, sent responsabilitat de l'equip encarregat del projecte.

6. Resultats

Els resultats preliminars d'aquest projecte permeten destacar alguns aspectes clau. Pel que fa a la producció de videotutorials, cal esmentar la dificultat que suposa elaborar materials de qualitat que resultin atractius i evitin caure en els formats més tradicionals dels tutorials (vídeos tipus *polimedia* o presentacions tipus PowerPoint amb àudio). Per aconseguir això, cal aplicar un enfocament professional de producció audiovisual, la qual cosa requereix disposar de recursos tecnològics i de personal especialitzat, quelcom que pot estar fora de l'abast d'un grup de professors. No obstant això, la guionització es presenta com una tasca més accessible, ja que inclou continguts relacionats amb la tasca docent i investigadora de l'equip del projecte. Malgrat aquests desafiaments, s'ha aconseguit crear videotutorials de qualitat professional. Aquests vídeos són breus, dinàmics i expliquen els continguts de manera atractiva, clara i concisa, en la línia del que suggereixen alguns autors (Fyfield *et al.*, 2019).

Quant a la participació d'estudiants per crear i produir els vídeos per a les defenses dels TFG, és important reconèixer que els resultats obtinguts han estat una mica limitats. Es va aconseguir produir un nombre més baix de materials del que s'havia previst inicialment. Això es deu a factors que estan més enllà de la influència de l'equip del projecte: no tots els TFG aconsegueixen la qualificació mínima de 8,5 sobre 10, i els que l'aconsegueixen, no sempre proporcionen un vídeo de la qualitat suficient per ser compartit en el canal. No obstant això, és destacable que els estudiants que van decidir participar en la iniciativa i van preparar les seves videodefenses per al canal van expressar la seva satisfacció amb la proposta i la van valorar de manera positiva.

En conseqüència, es considera necessari continuar treballant

per reforçar els protocols de col·laboració amb els tutors de TFG. Tot i que els professors als quals se'ls va sol·licitar col·laboració van respondre de manera positiva a la iniciativa, la participació va ser limitada i pocs d'ells van recordar als estudiants la possibilitat de preparar aquest material audiovisual.

Per tant, cal dur a terme un acompanyament més proper, tant als tutors com als estudiants, perquè la preparació de les videodefenses esdevingui una pràctica habitual dins del TFG. Si els tutors veuen la utilitat d'aquests materials i del canal en general, serà més probable que motivin els estudiants a col·laborar a crear-ne. Quant als estudiants, cal superar obstacles, com la percepció que la preparació d'una videodefensa duplica l'esforç del TFG, ja que també han de realitzar una defensa pública, segons el que estableix l'apartat 1 de l'article 271 del RD 822/2021. L'estratègia de convertir això en una "rutina" podria contribuir a reforçar-ne la implantació. En aquest sentit, es podria considerar la possibilitat que el vídeo de defensa contribueixi a una part de la qualificació global en l'apartat de presentació de les rúbriques de correcció, o instaurar premis o mencions als millors vídeos.

7. Conclusions

Els TFG representen una oportunitat perquè els estudiants demostrin les competències adquirides durant els estudis de grau, així com les seves habilitats en el treball autònom i d'autoaprenentatge. D'acord amb recerques anteriors basades en experiències d'innovació docent, s'ha trobat que l'ús de videotutorials millora la comprensió de continguts (Bengochea i Medina, 2013; Jiménez Castillo i Marín Carrillo, 2012), i que YouTube és una plataforma efectiva per fomentar les habilitats d'autoaprenentatge dels estudiants (Posligua Anchundia, 2020; Sandoval Lozano i Rojas Gutiérrez, 2021). Per tant, un dels objectius del projecte d'innovació ha estat desenvolupar contingut específic per a aquells que han de realitzar el seu TFG i posar-lo a la seva disposició a través d'una de les xarxes socials més utilitzades pels joves.

No obstant això, el projecte no s'ha limitat únicament a aquesta iniciativa. Les lleis educatives actuals consideren les destreses digitals com un requisit ineludible (INTEF, 2017), especialment per a futurs professionals del camp de la comunicació. A més, és important destacar el valor que té la projecció pública del treball realitzat. Així, es considera rellevant motivar els estudiants que finalitzen els seus TFG perquè generin contingut a través de YouTube. En aquest sentit, es coincideix amb l'afirmació d'altres estudis que destaquen la necessitat de fer costat als estudiants com a productors de contingut educatiu (Lozano Díaz *et al.*, 2020).

Entre les limitacions experimentades en aquest projecte, cal esmentar la manca de recursos tecnològics i humans disponibles per desenvolupar-lo. Això ha suposat una barrera important que ha limitat la capacitat de produir més videotutorials.

Un altre aspecte rellevant és que aquest projecte s'ha

desenvolupat específicament per al Grau en Publicitat i Relacions Públiques de la UAB. Això ha restringit l'abast dels videotutorials i la difusió dels TFG a través de YouTube. A més, encara no s'ha pogut avaluar l'impacte real de les activitats proposades. Un cop transcorri un període inicial d'aplicació, caldrà realitzar una avaluació que permeti determinar la utilitat dels videotutorials i la veritable extensió de la difusió dels vídeos dels TFG disponibles a YouTube.

Per tant, es consideren algunes accions futures essencials en aquest projecte. En primer lloc, és fonamental realitzar accions de promoció del canal entre els tutors de TFG al Grau en Publicitat i Relacions Públiques de la UAB, perquè puguin recomanar-lo als alumnes. Això facilitaria que el canal arribi al seu públic objectiu i que els estudiants se'n puguin beneficiar. A més, la visibilitat del canal podria despertar l'interès d'altres estudiants, la qual cosa permetria ampliar el nombre de vídeos de presentació i defensa de TFG disponibles per a consulta general. També convindria considerar la possibilitat d'estendre el projecte a altres plataformes, com Instagram o TikTok, per adaptar-se als hàbits tecnològics canviants dels joves.

En segon lloc, seria beneficiós realitzar una avaluació de la idoneïtat i l'impacte dels videotutorials tant en els tutors de TFG com en els estudiants que estan en procés de desenvolupar-los. Això ajudaria a determinar si el projecte és realment útil i permetria rebre suggeriments de contingut o de temes que es podrien incloure en els videotutorials. En darrera instància, aquesta avaluació contribuiria a millorar de manera contínua els recursos i a oferir un suport més efectiu als estudiants en el seu procés de desenvolupament del TFG.

Finalment, el canal i els seus continguts es podrien estendre a altres graus impartits a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB, ja que la normativa acadèmica relacionada amb els TFG comparteix molts punts en comú, independentment de la titulació. D'aquesta manera, el canal de YouTube també podria ser usat per estudiants dels graus de Comunicació Audiovisual, Periodisme, Comunicació Interactiva i Comunicació de les Organitzacions.

Referències

- Bengochea, L. i Medina, J. A. (2013). El papel de los videotutoriales accesibles en el aprendizaje del futuro. *Actas del V Congreso Internacional ATICA 2013 - Huncayo (Perú)*, 80-87. http://www.esvial.org/wp-content/files/Videotutoriales_BengocheaMedina.pdf
- Bou Franch, V. (2021). La innovación docente del derecho internacional y europeo a través de YouTube. *7es Jornades d'Innovació Educativa. Innovar per a transformar: el repte de la innovació educativa en la universitat*, 246-246.
- Calero Sánchez, C. (2019). La llegada de las nuevas tecnologías a la educación y sus implicaciones. *International Journal of New Education*, 4, 21-40. <https://doi.org/10.24310/ijne2.2.2019.7449>
- Choe, R. C., Scuric, Z., Eshkol, E., Cruser, S., Arndt, A., Cox, R., Toma, S. P., Shapiro, C., Levis-Fitzgerald, M., Barnes, G. i Crosbie, R. H. (2019). Student satisfaction and learning outcomes in asynchronous online lecture videos. *CBE Life Sciences Education*, 18(4), 1-14. <https://doi.org/10.1187/cbe.18-08-0171>
- Facultat de Ciències de la Comunicació (s. f.). *FAQs Treball de Fi de Grau CURS 2022-2023*. Facultat de Ciències de la Comunicació. <https://www.uab.cat/web/estudiar/graus/graus/preguntes-frequents-1345704364394.html>
- Farag, M., Bolton, D. i Lawrentschuk, N. (2020). Use of YouTube as a Resource for Surgical Education—Clarity or Confusion. *European Urology Focus*, 6(3), 445-449. <https://doi.org/10.1016/j.euf.2019.09.017>
- Fyfield, M., Henderson, M. i Heinrich, E. (2019). Videos in higher education : Making the most of a good thing. *Australasian Journal of Educational Technology*, 35(5), 1-7. <https://doi.org/10.14742/ajet.5930>
- Gallego Domínguez, C. i Murillo Estepa, P. (2018). La práctica docente mediada con tecnologías. YouTube como herramienta de aprendizaje en educación superior. *Foro Educativo*, 11-29. <https://doi.org/10.29344/07180772.31.1827>
- García Aragón, L. (2016). *El vídeo educativo como medio de expresión y comunicación en la metodología por proyectos en el contexto de comunidades virtuales de aprendizaje*. 54. <http://hdl.handle.net/10498/19273>
- Gutiérrez, E., Rey, E. i Melo, R. (2018). YouTube. A C. Scolari (Ed.), *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula* (pp. 94-98). TRANSLITERACY. http://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL_Teens_es.pdf
- Harper, L. M., Joo, S. i Kim, Y. (2023). Factors affecting college freshmen's YouTube acceptance for learning purposes. *Aslib Journal of Information Management, ahead-of-print*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/AJIM-10-2022-0451>
- IAB Spain. (2023). *Estudio Anual Redes Sociales 2023* (España). <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2023/>
- Incio Flores, F. A., Capuñay Sanchez, D. L., Estela Urbina, R. O., Valles Coral, M. Á., Vergara Medrano, E. E. i Elera Gonzales, D. G. (2022). Inteligencia artificial en educación: una revisión de la literatura en revistas científicas internacionales. *Apuntes Universitarios*, 12(1), 353-372. <https://doi.org/10.17162/au.v12i1.974>
- INTEF. (2017). *Marco de Competencia Digital Docente*. <http://aprende.intef.es/mccdd>
- Jiménez Castillo, D. i Marín Carrillo, G. (2012). Asimilación de contenidos y aprendizaje mediante el uso de videotutoriales. *Enseñanza & Teaching*, 30(2), 63-79. <https://revistas.usal.es/index.php/0212-5374/article/view/9311>
- Kohler, S. i Dietrich, T. C. (2021). Potentials and Limitations of Educational Videos on YouTube for Science Communication. *Frontiers in Communication*, 6:581302, 1-10. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2021.581302>
- Lowenthal, P., Borup, J. West, R. i Archambaut, L. (2020). Thinking Beyond Zoom: Using Asynchronous Video to Maintain Connection and Engagement During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Technology and Teacher Education*, 28(2), 383-391. <https://www.learntechlib.org/primary/p/216192/>
- Lozano Díaz, A., González Moreno, M. J. i Cuenca Piqueras, C. (2020). YouTube como recurso didáctico en la Universidad. *Edmetic*, 9(2), 159-180. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v9i2.12051>
- Maraza-Quispe, B., Alejandro-Oviedo, O., Fernández-Gambarini, W., Cisneros-Chavez, B., & Choquehuanca-Quispe, W. (2020). Análisis de YouTube como herramienta de investigación documental en estudiantes de educación superior. *PUBLICACIONES*, 50(2), 133-147. <https://doi.org/10.30827/publicaciones.v50i2.13949>
- Crespo Miguel, M. i Sánchez-Saus Laserna, M. (2020). Learning Pills for the Improvement of University Education: the Case of the Degree Thesis in the Degree of Linguistics and Applied Languages of University of Cadiz. *Education in the Knowledge Society*, 21, 21-210. <https://doi.org/10.14201/eks.22370>
- Noetel, M., Griffith, S., Delaney, O., Sanders, T., Parker, P., del Pozo Cruz, B. i Lonsdale, C. (2021). Video Improves Learning in Higher Education: A Systematic Review. *Review of Educational Research*, 91(2), 204-236. <https://doi.org/10.3102/0034654321990713>

- Oliva Maraón, C. i Gallego Trijueque, S. (2021). Praxis de la innovación educativa a través de YouTube en tiempos de pandemia Praxis of educational innovation through YouTube in times of pandemic. *VI Congreso Internacional sobre Aprendizaje, Innovación y Cooperación (CINAIC 2021)*, *Cinaic*, 403-407. [10.26754/CINAIC.2021.0077](https://doi.org/10.26754/CINAIC.2021.0077)
- Orús, C., Barlés, M. J., Belanche, D., Casaló, L., Fraj, E. i Gurrea, R. (2016). Computers & Education The effects of learner-generated videos for YouTube on learning outcomes and satisfaction Barl e. *Computers & Education*, 95(2016), 254-269. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.01.007>
- Pattier, D. i Ferreira, P. D. (2022). El video educativo en educación superior durante la pandemia de la COVID-19. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 65, 183-208. <https://recyt.fecyt.es/index.php/pixel/article/view/93511/69701>
- Pérez Gómez, J. A. i Cuezuecha Mendoza, A. (2020). El efecto de usar YouTube como apoyo didáctico en calificaciones de microeconomía TT - The effect of using YouTube as a didactic support on microeconomy's grades. *Apertura*, 11(2), 22-39. <http://dx.doi.org/10.32870/Ap.v11n2.1650>
- Placencia, G. L. (2015). Los vídeo-tutoriales en la educación universitaria del siglo XXI. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, 2(3), 1-11.
- Posligua Anchundia, R. (2020). El empleo del YouTube como herramienta de aprendizaje. *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 5(1), 10. <https://doi.org/10.33936/rehuso.v5i1.2249>
- Ranga, J. S. (2017). Customized Videos on a YouTube Channel: A Beyond the Classroom Teaching and Learning Platform for General Chemistry Courses. *Journal of Chemical Education*, 94(7), 867-872. <https://doi.org/10.1021/acs.jchemed.6b00774>
- Rudenkin, D. i Grushevskaya, V. (2019). YouTube as an instrument of learning in higher education: Opportunities and challenges. *European Conference on e-Learning, ECEL*, 684-686. <https://doi.org/10.34190/EEL.19.039>
- Sandoval Lozano, S. A. i Rojas Gutiérrez, W. J. (2021). La plataforma YouTube como recurso didáctico en el aprendizaje. *Tendencias en la investigación universitaria. Una visión desde Latinoamérica*. Volum XIV, desembre, 283-297. <https://doi.org/10.47212/tendencias2021vol.xiv.19>
- Sierra Sánchez, J., Liberal Ormaechea, S. i Luceño Ramos, B. (2018). Análisis de la materia Trabajos de Fin de Grado (TFG) en los grados de Ciencias de la Comunicación en España. *Revista española de Documentación Científica*, 41(4), 220. <https://doi.org/10.3989/redc.2018.4.1561>
- Snelson, C. (2018). The benefits and challenges of YouTube as an educational resource. A R. Hobbs (Ed.), *The Routledge Companion to Media Education, Copyright, and Fair Use* (First, p. 109-126). Routledge.
- Succar, T., Beaver, H. A. i Lee, A. G. (2022). Impact of COVID-19 pandemic on ophthalmology medical student teaching: educational innovations, challenges, and future directions. *Survey of Ophthalmology*, 67(1), 217-225. <https://doi.org/10.1016/j.survophthal.2021.03.011>
- Universitat Autònoma de Barcelona. (2022). Normativa acadèmica de la Universitat Autònoma de Barcelona (Acord del Consell de Govern de 7 de juliol de 2022). <https://www.uab.cat/doc/TextRefos2022>
- YouTube. (s. f.). *About YouTube*. Recuperat el 20 de maig de 2023, de <https://about.youtube>
- Zacarias, R. i Revilla, M. (2019). *El vídeo como recurso educativo abierto y la enseñanza del idioma inglés* Universidad Peruana Unión. <http://hdl.handle.net/20.500.12840/2382>
- Zhyrun, I. (2016). Culture through Comparison: Creating Audio-visual Listening Materials for a CLIL Course. *Latin American Journal of Content and Language Integrated Learning*, 9(2), 345-373. <https://doi.org/10.5294/lacil.2016.9.2.5>