



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**Facultad de Estudios Superiores Acatlán**

**PROPUESTA DE UN MANUAL DE PRODUCCIÓN DE  
VIDEOS PARA EL CANAL DE YOUTUBE DEL PROGRAMA  
TUTORÍAS ENTRE PARES EN LA LICENCIATURA EN  
COMUNICACIÓN DE LA FES ACATLÁN**

**TRABAJO ESCRITO**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:  
JUAN ALBERTO CASTILLO MARTÍNEZ**

**ASESORA:  
DRA. SUSANA GARCÍA ÁVILA**

**FES ACATLÁN, 2022.**





Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## AGRADECIMIENTOS

*A mis padres, ya que sin ellos nada de esto sería posible, gracias por el amor y confianza sobre mi crianza, son los grandes pilares sobre este logro.*

*A mi hermana, espero ser un buen ejemplo a seguir, aunque siempre esperando que puedas lograr cosas mejores.*

*Al Dr. Torres Lima, por ser amigo, profesor y consejero en esta recta final y a la Dra. Susana, por brindar la confianza y apoyo a este escrito; con ustedes he aprendido lo que es ser tutor y fueron la guía para aportar mi granito de arena, al gran proyecto que es TXP.*

*Paula, por tu ayuda te prometí que serías la primera y aquí está. Muchas gracias por tu amistad tan sincera, aprecio mucho tenerte en mi vida. Las pláticas para desahogarnos en Acatlán siempre estarán presentes.*

*A ese hermoso ser, Sofía, a pesar de todo y más que nunca sé que cuento contigo, porque eres quien ha permanecido principalmente en mis momentos más bajos. Muchas gracias por tu amor y apoyo incondicional, por aligerar mi vida; en cada llamada, mensaje y salida a comer, me llenas de paz. Las palabras nunca serán suficientes para mostrar todo lo que siento.*

*Alejandra, fuiste la primera amiga que tuve en CCH, gracias a ti obtuve la fuerza para no rendirme en el momento en que sentía que no encajaba. A pesar de que hoy la vida nos ha llevado a rumbos diferentes.*

*Pamela, lo conseguimos, a pesar de que según algunos "ni siquiera acabaríamos la prepa", ya nos tomaremos la foto con nuestros títulos. Aprecio mucho tenerte a mi lado una vez más, justo cuando nuestras vidas se vuelven paralelas y somos felices, como siempre lo habíamos merecido*

*Jake fuiste esa señal y apoyo para no abandonar esto. Nunca se olvidarán esos chismecitos en los pasillos y WhatsApp. En verdad, gracias por todo, tienes un lugarcito especial en mi corazón.*

*Finalmente, a la vida y a todas las personas que, aún en pequeña y distante parte contribuyeron a la realización de esto*

Índice general		Pág.
Introducción		8
Capítulo Primero: YouTube		11
1.1. ¿Qué es un video?		11
1.2. Antecedentes del video		12
1.3. Elementos para elaborar un video		14
1.4. ¿Qué es YouTube?		39
1.5. Videos en YouTube		40
Capítulo segundo: La UNAM y las tutorías		49
2.1. Las tutorías en la UNAM		49
2.2. SIT (Sistema Institucional de Tutoría)		51
2.3. PIT (Programa Institucional de Tutoría)		52
2.4. PAT (Plan de Acción Tutorial)		53
2.5. Tutorías entre iguales		56
2.6. Las tutorías entre pares en la carrera de comunicación FES Acatlán		58
Capítulo tercero: El empleo de YouTube en Tutorías por Pares (TxP) comunicación		70
3.1. Tabla de operacionalización		70
3.2. Instrumento de análisis		73
3.3. Muestra de los 13 videos		78

Capítulo cuarto: Manual para videos en YouTube para TxP	80
4.1. Uso educativo de vídeos cortos	80
4.2. Temas de TxP: Motivaciones, Hábitos de estudio y Plan de vida	82
4.3. Política editorial	89
4.4. Identidad	92
4.5. Proceso de producción de videos	104
4.6 Consideraciones para publicar en YouTube	117
4.7 Proceso para el uso de YouTube en TxP	133
Conclusiones	142
Bibliografía	144

## Índice de tablas

	Pág.
2.1. Promedio de tutorías	59
2.2. Facebook Tutoría por Pares Acatlán	64
2.3. Instagram Tutoría por Pares Acatlán	65
2.4 Twitter Tutoría por Pares Acatlán	66
2.5. Spotify Tutoría por Pares Acatlán	67
2.6 YouTube Tutoría por Pares Acatlán	68
4.1 Simbología para el diagrama de procesos (JCM, 2021)	133
4.2 Cronograma semestral de videos para YouTube	137
4.3 Listado de roles asignados para YouTube	138
4.4 Cronograma de avances semanales	139
4.5 Escenarios, fondos y utilería para videos de YouTube	140
4.6 Llamado para grabación de videos para YouTube	141

## Índice de figuras

	Pág.
1.1. Videos	12
1.2. Elaboración de un video	38
1.3. Videos en YouTube	47
2.1. Caracterización de las tutorías	50
2.2 Estructura de las tutorías en la UNAM	54
2.3. Canales de TxP	60
4.1. Nombre del canal	93
4.2. Foto de perfil y portada	94
4.3. Listas de reproducción	95
4.4. Video destacado	96
4.5. Acerca de/más información	97
4.6. YouTube Shorts	97
4.7. Inicio YouTube	99
4.8 Dorado usado en TxP	100
4.9. Azul usado en TxP	100
4.10 Fondos para usar en TxP	101
4.11 Subir videos a YouTube	119
4.12 Personalizar la subida a YouTube	120
4.13 Contenido del canal	122
4.14 Pexels	125
4.15 Pixabay	125
4.16 Free Music Archives	126

4.17 Mixkit	126
4.18 Flaticon	127
4.19 Freepng	127
4.20 YouTube Analytics	128
4.21. Videos de TxP más vistos del 26 de septiembre al 23 de octubre del	129
4.22 Cobertura del 26 de septiembre al 23 de octubre del 2021	130
4.23 Tráfico del 26 de septiembre al 23 de octubre del 2021	130
4.24 Interacción del 26 de septiembre al 23 de octubre del 2021	131
4.25 Momentos clave del 26 de septiembre al 23 de octubre del 2021	131
4.26 Audiencia del 26 de septiembre al 23 de octubre del 2021	132
4.27 Tiempo de visualización del 26 de septiembre al 23 de octubre del 2021	132
4.28. Diagrama del proceso para el uso de YouTube en TxP	135

*La tarea del educador moderno no es cortar selvas, sino regar desiertos*  
C.S. Lewis

## **Introducción**

Los avances de la web en los últimos años han contribuido al desplazamiento de los medios analógicos, el avance más notable fue con la transición de las páginas estáticas a las que implementaron archivos multimedia. Los dispositivos móviles con acceso a internet modificaron los hábitos de consumo de las sociedades alrededor del mundo, atrás quedaron los tiempos en que la radio, prensa escrita y televisión eran la principal fuente de información y entretenimiento.

Con la evolución de los sitios en la red, surgieron algunas plataformas especializadas en videos, como YouTube, que, a pesar de tener una mayor orientación al entretenimiento, también ofrece la posibilidad de usar material audiovisual en la educación. A pesar de que para algunos sectores no sea una opción viable, por no ser un espacio formal. Lo mejor es no limitar el uso por los prejuicios y limitaciones existentes, lo más oportuno es indagar a profundidad para determinar las acciones más convenientes para su usarlas.

El cambio es una de las constantes en la sociedad actual, este puede ser observado en aspectos políticos, sociales, económicos y culturales, no obstante, aún existen aspectos en donde influyen de manera más lenta, por ejemplo, en temas escolares. En tiempos en donde la tecnología avanza de manera acelerada, la formación de estudiantes en México aún se encuentra incorporada a métodos analógicos, esta condición fue notable con la pandemia de la COVID-19, pues la mayoría de instituciones educativas no contaron con la planeación necesaria para trasladar los cursos de lo presencial a la distancia, a través de la internet. La necesidad, impulsó al uso de las herramientas tecnológicas, entre las más destacadas fueron las videollamadas, plataformas de gestión de tareas y videos.

La aplicación de videos son los que interesan al presente trabajo, pues a pesar de que, desde hace mucho, por internet existen propuestas educativas en videoblogs o

en tutoriales, para algunos puede resultar novedoso, ya que no consideran que este canal sea útil para tópicos escolares. Estos han mostrado una evolución constante, esto se puede observar en las plataformas y páginas web que se consumen actualmente, un ejemplo claro es el de YouTube, donde han pasado 16 años desde que los usuarios comenzaron a publicarlos; la mayoría eran caseros y espontáneos. Entre estos, comenzaron a surgir los primeros videoblogs, contenido que se caracterizó por tener una estructura más visible, con guiones y edición básica. Con el paso del tiempo este tipo de producciones se volvieron lo básico en la plataforma, pues en la actualidad la mayoría de canales cuenta con una calidad semiprofesional, tanto por los avances tecnológicos, como por la exigencia de los consumidores.

Tutoría por Pares (TxP) no se encuentra exento de este panorama, pues desde finales del 2020 cuenta con presencia en la plataforma, publica un contenido semanalmente como parte del Plan de Acción Tutorial (PAT) de la Licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán, UNAM. Está conformado por estudiantes de últimos semestres, motivo por el que la calidad no puede quedar de lado, ya que representan la imagen de la institución.

Aumentar las exigencias sobre el canal de YouTube de Tutorías por Pares Acatlán (Tutorías por pares Acatlán: <https://cutt.ly/0THGTT7> ) parte de que, la creación de material audiovisual forma parte de la formación académica en la carrera, además de que la finalidad del programa es orientar, acompañar y apoyar a quienes inician con los estudios universitarios. En este aspecto, las deficiencias pueden interferir con la imagen del equipo de TxP, pues la intención es que a partir de las actividades de los tutores se establezcan espacios en donde los estudiantes de los primeros semestres generen seguridad en los tutores.

Hay que mencionar que el perfil de los estudiantes de los últimos semestres, no es el mismo para todos, porque la licenciatura en comunicación ofrece, a partir del séptimo semestre, áreas de formación, una de las cuales está centrada en la producción de multimedia, es decir, en TxP intervienen estudiantes de todos los campos de formación, que cursaron materias generales de guion, producción y edición, por lo que los conocimientos para la planificación, producción especializada, edición, guion audiovisual y difusión son básicos.

Ante la necesidad que surge de mantener claros los estándares y habilidades, se hace el cuestionamiento general de ¿cuáles son los procedimientos de producción de videos para un canal de YouTube para que el programa de Tutorías por Pares de la licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán posea una calidad profesional? En este trabajo se propuso como objetivo general: elaborar un manual de procedimientos de producción de videos con calidad profesional para un canal de YouTube para el programa de Tutorías por Pares de la licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán. Esto para determinar los parámetros de contenido e identificar las oportunidades de mejora, no solo para los usuarios, sino también en la producción y uso del video como herramienta educativa para los tutores.

Así, este trabajo, por ser una propuesta de un manual para la producción de videos, es de tipo cualitativo y el alcance es de tipo exploratorio para el caso específico del plan de Tutorías por Pares de la licenciatura en Comunicación. En el cual, se entenderá a la producción como la organización para elaborar videos, por tanto, el enfoque principal del manual será el funcionamiento y adaptación a la célula de trabajo de YouTube en TxP.

La elaboración de este trabajo, se dividió en 4 capítulos, que sirvieron para cumplir con los objetivos y metodología propuestos. En el primer capítulo se elaboró una revisión a profundidad, sobre lo que implica la producción de videos y la plataforma YouTube. En el segundo capítulo, se investigó sobre la estructura del SIT, del Programa Institucional de Tutoría (PIT) y del Plan de acción Tutorial (PAT), además se revisa la presencia de TxP en las distintas redes sociodigitales. El capítulo tercero está enfocado al análisis de contenido del canal en YouTube de Tutorías por Pares Acatlán, en el periodo de septiembre del 2020 a enero del 2021. Finalmente, el capítulo cuarto consiste en el Manual de producción, que parte de lo recopilado en los capítulos anteriores, enfocándose en los antecedentes, temas, preproducción, producción, postproducción y gestión del canal para TxP.

## Capítulo Primero: YouTube

En la actualidad, el consumo de materiales audiovisuales se ha vuelto una práctica bastante común entre los estudiantes. Esto se ha dado principalmente gracias a plataformas como YouTube, que se ha caracterizado por la accesibilidad a los usuarios, pues han incentivado la creación de contenido propio, ante esto a continuación se realizará una descripción del proceso para elaborar videos para esta plataforma.

### 1.2. ¿Qué es un video?

Como se ha establecido en el apartado anterior, el video es el principal producto de plataformas como YouTube, aunque este formato se emplea en otros medios como la televisión y el cine que dependen en totalidad de este tipo de material audiovisual. La RAE (2021, p.1) define al video como el “sistema de grabación y reproducción de imágenes, acompañadas o no de sonidos, mediante cinta magnética u otros medios electrónicos”.

Para ser más específicos en palabras de Fotonostora (s.f., p.1) el video:

Es un proceso electrónico que puede ser analógico o digital. La sucesión de imágenes fijas crea la sensación de movimiento que capta, almacena y reproduce el vídeo. La señal de vídeo analógica se produce tras convertir los cambios de la intensidad de la luz en señales eléctricas. Estas señales están impresas en materiales fotosensibles como las cintas de vídeo. Las imágenes fijas del vídeo son conocidas como *frames*. La frecuencia a la que son reproducidas estas imágenes se denomina *framerate* y viene dado en *frames* por segundo (fps).

De igual forma se debe definir al video digital para lograr un panorama más completo de lo que implica un video, como lo establece Castro (s.f, p.1):

Es una representación digital (la información se presenta en forma de bits) de la señal analógica. La calidad de reproducción de un sistema digital de video bien diseñado es independiente del medio y depende únicamente de la calidad de los procesos de conversión. Cuando se copia una grabación digital, aparecen los mismos números en la copia: no se trata de un duplicado, sino de una clonación. Si no es posible distinguir la copia del original, no se habrá

producido ninguna pérdida en la generación. Además de que su producción es más barata que las analógicas.

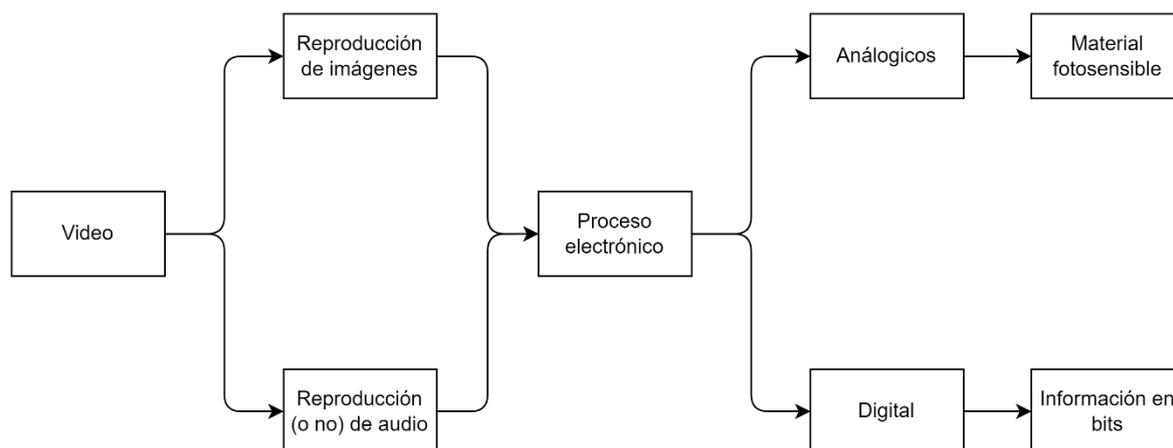


Fig. 1.1. Videos (JCM, 2021)

### 1.3. Antecedentes del video

En la actualidad los videos y el contenido multimedia, en general, se encuentran presentes en varios aspectos de la vida cotidiana, la televisión y la internet tienen este tipo de contenidos, a pesar de parecer un elemento reciente, el desarrollo lleva bastante tiempo. El ser humano pasó mucho tiempo para reproducir imágenes con movimiento, motivo por el que para ver los orígenes se debe retroceder hasta el siglo XIX donde se realizaron los primeros experimentos como señala Esquivel (2017, p.1):

Uno de estos juguetes es el *phenakistoscopio*, construido por primera vez en 1832 por Joseph Antoine Plateau que consistía en una serie de dibujos con una fase de movimiento en bucle montados sobre un disco que giraba independientemente de otro disco en el que, al mirar a través de unas ranuras, se apreciaba el movimiento de las figuras pintadas sobre el disco inferior.

El *phenakistoscopio* pese a todo es un aparato que se limita a una sola imagen que se mueve en bucles muy pequeños, motivo por el que la búsqueda de nuevas herramientas continuó y para finales del siglo XIX se dieron los mayores avances (Fotonostra, s.f., p.1):

El kinetoscopio, inventado por Thomas Edison y William K. L. Dickson, está considerado como la primera máquina de cine. Era ya utilizada a principios de

la década de 1890 y pronto se hizo popular en fiestas de carnavales y en atracciones. El Kinetoscopio era un aparato destinado a la visión individual de bandas de imágenes sin fin, pero que no permitía su proyección sobre una pantalla. Era una caja de madera vertical con una serie de bobinas sobre las que corrían 14 m. de película en un bucle continuo.

Con el *kinetoscopio* se logró crear un reproductor de imágenes en movimiento más potente, pero que se veía limitado en el uso, algo que un par de años más tarde sería mejorado por los hermanos Lumiere con el cinematógrafo, al que se le atribuye como el origen del cine como lo conocemos. la reproducción continua de imágenes transmitidas sobre una pantalla. Aunque los aportes no se limitan a eso, como señala Verdezoto (2020, p.1):

Desde principios de 1894, Louis empezó a rodar con él las primeras películas, de una longitud de 17 metros, cada una que era la máxima capacidad que permitía la máquina. Plantaron la nueva cámara en la entrada principal de su propia fábrica, trataron de retratar con su manivela el fin de la jornada laboral. De manera que de la película ‘Salida de los obreros de la fábrica Lumière’ realizaron tres versiones. Con esta película, el cinematógrafo fue presentado el 22 de marzo de 1895 a los asistentes a una conferencia sobre el nuevo invento, organizada en la Sociedad de Impulso a la Industria Nacional, en París.

En este punto se observan los primeros indicios del rumbo que llevaría la producción de videos, por un lado, se podrían realizar grabaciones de forma casera con pocos elementos narrativos, como los elaborados por los Lumière o producciones más elaboradas del estilo de los trabajos de Orson Wells, por ejemplo, en *El Ciudadano Kane*, que como expresa teleSUR (2020, p.1):

La utilización de la técnica narrativa del flashback o salto al pasado, la inclusión del espectador en la trama, los movimientos de cámara, posicionamientos y angulaciones, así como el sonido y el montaje hacen de la película uno de los

mejores largometrajes estadounidenses de la historia del cine, ratificado por el Instituto de Cine Americano (*American Film Institute*).

Para este trabajo se hará énfasis principalmente en la producción más simple, en cuanto a la preproducción y producción, aspectos en los que se profundizará más adelante.

#### **1.4. Elementos para elaborar un video**

Un video, sin importar el presupuesto y experiencia de los realizadores debe cumplir con algunos aspectos básicos que garanticen una producción adecuada y principalmente un video que cumpla con las expectativas. Para esto, es necesario organizar todo el proceso de producción, como lo establece la Productora Medya Audiovisual (2016, p.1):

**Preproducción.** Comprende desde el momento en el que nace la idea hasta que empieza la grabación

**Producción y rodaje.** Es la puesta en práctica de todas las ideas pensadas en la fase de preproducción. En esta etapa se incorporan el equipo de cámaras, los técnicos de sonido, el equipo de dirección artística y decoración, los iluminadores, etc. El trabajo que se efectúa en esta fase queda recogido en la orden de trabajo diaria, que se materializa en datos reales en el parte de producción.

**Postproducción.** En esta fase se seleccionan las tomas del material grabado que servirán para la edición y montaje de la obra. La producción se encarga en esta última fase de la obtención del producto final. Para ello debe asegurarse de respetar los plazos de postproducción de la imagen, así como controlar el alquiler de las salas de edición y sonorización, supervisar el trabajo de doblaje y el grafismo electrónico.

Estas 3 fases son el eje central para la elaboración de videos, por lo que es necesario abordarlos en profundidad durante los siguientes puntos.

##### *Preproducción de un video*

La reproducción comienza desde que se contempla la elaboración del video, pues todas las ideas y necesidades que se tienen deben organizarse para que se

contemplan y se resuelvan. Por lo anterior, se establece la importancia de la preproducción, pues si no se elabora de forma adecuada, es posible que la producción sea más complicada, ya que no se contaría con una guía clara para su elaboración.

El mensaje o intención del material audiovisual es el punto de partida para establecer el rumbo del proyecto, pues por medio de este se buscarán las opciones que mejor se adapten. Lo mejor es elaborar un *brief*, el cual Abellán (2020, p.1) define como:

[...] un documento breve y esquemático, muy popular en el sector de la publicidad, actualmente su utilización ha crecido para las distintas empresas que trabajan el *marketing* y la comunicación empresarial. [...] No hay un estándar de *briefing*, cada empresa decide qué debe o que no debe contener el documento, por lo que podemos encontrarnos con documentos muy básicos y documentos extremadamente detallados.

No obstante, lo mejor es definir un grupo de elementos que se establezcan como básicos, con la intención de que el *Brief* tenga el impacto deseado, motivo por el que es útil tomar lo aportado por Boada (2020, p. 1) donde destaca los siguientes puntos:

- **Objetivos:** lo que se busca conseguir con la campaña o el proyecto. Lo ideal sería que estos objetivos estuvieran parametrizados a través de una serie de KPI o indicadores clave del rendimiento.
- **Público objetivo:** la audiencia a la que se dirige la comunicación. Este elemento es fundamental para determinar el tipo de acción, el tono de comunicación y los canales a emplear.
- **Descripción de la empresa:** si se trata del primer contacto entre la empresa y la agencia, es fundamental incluir un apartado en el que se expliquen los productos y servicios de la empresa, sus valores y su historia.
- **Requisitos del proyecto:** qué características tiene el proyecto que se quiere lanzar. Este apartado puede variar mucho, ya que en ocasiones nos encontraremos con briefings muy abiertos y en otras la acción a realizar ya estará bastante definida de antemano, por ejemplo "diseñar una web interactiva que aproveche los recursos creados en campañas anteriores".
- **Restricciones:** en algunos sectores, por ejemplo, el de salud, las campañas de comunicación al público deben cumplir con una serie de requisitos legales. Por

tanto, es muy importante incluir esta información en el *briefing* para que la agencia pueda tenerla en cuenta.

- Presupuesto del proyecto.
- Plazos de ejecución y entrega.

Estos puntos ayudan a poner en sintonía los elementos básicos para el video, pues si es solicitado por un tercero que ya tiene una imagen pública, ayuda a consultar los trabajos previos y contemplar si se deben usar algunos aspectos que son parte fundamental de la identidad, como pueden ser colores, tipografía o la forma de hablar con el público objetivo.

Cuando ya se tiene contemplado lo anterior, se puede trabajar ya con el inicio de las ideas que tendrá el video, para esto se debe realizar la planeación con los siguientes elementos: el *storyline*, *storyboard*, guion técnico, guion literario y *scouting*, en donde se desarrollan las características y requerimientos del video.

### *Storyline*

El *storyline* es una herramienta que ayuda en la elaboración de los guiones o de la idea en general, se trata de un pequeño escrito en donde se redacta de forma breve el desarrollo completo del video, con la finalidad de establecer una guía que evite la modificación del proyecto a realizar. Como establece Esteban (2017, p.1):

[...] se utiliza para designar el conflicto principal de una historia en tan solo cinco líneas. Da igual la longitud de nuestra obra, puede ser un cortometraje o una serie, el conflicto debe poder sintetizarse en un pequeño párrafo. [...] hay que contarlos en tres partes: cómo empieza, cómo se desarrolla y cómo termina. Es decir, el clásico modelo aristotélico de planteamiento, núcleo y desenlace. Esto es importante y lo diferencia de la clásica sinopsis que vemos en los periódicos.

Este método se usa para la elaboración de películas y cortometrajes, en donde se desarrolla una historia en 3 actos, no obstante, se puede modificar para videos narrativos o informativos, se elabora una pequeña descripción del orden y los temas que se verán en el video.

### *Guion literario*

El guion literario es la herramienta más completa de la preproducción, pues en este se desarrolla por completo el mensaje o historia que se mostrará en el video, se caracteriza por ser la parte escrita en donde se detallan los diálogos, emociones y la localización de las escenas. En definición de Sánchez (S.F., p.1):

Un guion literario es un documento que contiene una narración que ha sido pensada para ser filmada. En él se especifican las acciones y diálogos de los personajes, se da información sobre los escenarios y se incluyen acotaciones para los actores. La historia se narra de manera que al lector del guion le resulte visible y audible, pero sin dar indicaciones técnicas para la realización de la película (tamaño de los planos, movimientos de la cámara, etc.); eso ya se deja para el guion técnico.

### *Guion Técnico*

A diferencia del guion literario, el guion técnico se caracteriza por tener las instrucciones y detalles para el momento de grabar, lo suelen usar los directores de cámaras, el *staff* y el director o productor principal del proyecto. Como establece Sánchez (S.F., p.1):

El guion técnico es la transcripción en planos cinematográficos de las escenas definidas en el guion literario. Es un documento en el que director planifica la realización de la película incorporando al relato escrito por el guionista indicaciones técnicas precisas como la división en planos, el encuadre de cada uno, los movimientos de la cámara, los detalles de iluminación o de decorado o los efectos de sonido.

### *Storyboard*

Una vez que se tienen el guion técnico y el guion literario, es posible realizar un *storyboard*, el cual puede ser un acompañamiento para visualizar lo que se grabará. Es una extensión más directa del guion técnico, pues para realizar las ilustraciones se deben contemplar los planos, iluminación y locación. Para conocer con mayor detalle se tomará de referencia a Dosis videomarketing quienes señalan que (2019, p.1):

Un *storyboard*, también conocido como guion gráfico, es un compuesto de dibujos secuenciales que ilustran los planos de una obra audiovisual. Es un

paso básico que debe realizarse en cualquier buena preproducción, ya que ayudará a tener una guía del rodaje. Se utilizan habitualmente en cine, televisión y publicidad, además de en muchos otros ámbitos de la creación de vídeos. La función principal del guion gráfico es hacer que todos los miembros puedan imaginar y previsualizar el resultado final de la obra. De esta manera, podrán trabajar de forma coordinada para llevar a buen puerto el proyecto. El storyboard incluye también una serie de indicaciones en el pie de cada fotografía. En ellas se destacan los detalles más complicados o los más difíciles de explicar.

### *Scouting*

Cuando se completa la planeación y se requiere alguna escena en exteriores, lo mejor es no esperar al día de la grabación y buscar con anticipación los sitios que nos soliciten los guiones y el storyboard, para ello se realiza el *scouting* que Central audiovisual (s.f., p.1) define como:

[..] el oficio requiere que alguien, ya sea por guion o descripción, nos cuente lo que necesita y a partir de ahí, el scout básicamente consiste en la búsqueda de localizaciones. Obviamente, en función de la producción y de sus necesidades el proceso de *scouting* será de un modo u otro.

### *Producción*

La producción debe comenzar cuando toda la planeación ha sido completada y aprobada por los responsables del proyecto, pues de esta forma se garantiza que la elaboración del video no presente tantas complicaciones o cambios. Para este punto también deben considerarse del equipo necesario para grabar video y audio.

### *Cámara de video*

El dispositivo esencial para la elaboración de videos es la cámara, pues solo con esta se puede registrar el material de la producción, no obstante, existe variedad en estos dispositivos, lo que ayuda a que no sea indispensable un dispositivo caro para esta actividad.

### *Cámaras de video profesionales*

Este tipo de dispositivos algunas veces son conocidas como cámaras de cineastas, porque el uso suele estar mayormente en este ámbito que se debe a la calidad de video. Otras ventajas que presentan son:

- Objetivos intercambiables
- Tomas para micrófonos XLR.
- Pesadas y grandes (la mayoría diseñadas para usarse con rig de hombro).
- Grabaciones con calidades altas: alto *bitrate*, 10 bit de profundidad color, raw o *prores* a 4:2:2, etc.
- Sensores de imagen más grandes que las cámaras de vídeo amateurs como las *handycam*, pero no siempre tan grandes como las réflex o *mirrorless*.

Por estas características son la mejor opción para crear videos, no obstante, el precio es la limitante principal para usarlas, por lo que suele ser necesario buscar otras alternativas, especialmente cuando se realiza un proyecto amateur o poco remunerado.

### *Cámaras DSLR*

Con un nivel semiprofesional, las cámaras réflex o *Digital Single Lens Reflex* (DSLR), son dispositivos pensados originalmente para la fotografía, no obstante, tienen la capacidad de capturar video. En cuestión de precio, es más accesible que una cámara de vídeo profesional, por lo que es una alternativa si no se tiene un presupuesto alto. Las ventajas que señala León (s.f., p.1) son:

1. Son más baratas: La razón más grande, sin duda, es la razón económica. Una buena cámara de vídeo es mucho más cara que una buena cámara de fotos. Por lo general, las de fotografía no ofrecen resultados profesionales, pero se pueden utilizar y a un inferior.
2. Permiten intercambiar objetivos: Una cámara de vídeo que te permita cambiar objetivos es una cámara muy cara. En cambio, cualquier cámara réflex o *mirrorless* te va a permitir cambiar los objetivos para ofrecerte una mayor versatilidad a la hora de grabar.
3. Permiten controlar los parámetros en modo manual: A diferencia de la mayoría de cámaras de vídeo, con un precio equiparable a las fotográficas, las cámaras réflex

o *mirrorless* permiten configurar los parámetros de manera manual para controlar el modo vídeo de manera profesional.

De esta forma se puede establecer que son una opción factible, por la libertad de configuración del video, además de que obtener una cámara de este tipo es de las opciones más baratas, por ejemplo, se podrían rentar algunos lentes caros con un cuerpo de cámara económico, algo que en cámaras más profesionales requiere de mayor inversión.

### *Cámaras de celular*

Actualmente los celulares suelen contar con cámaras aptas para tomar fotografías y video en una calidad aceptable. Al ser un dispositivo con el que la mayoría de personas cuenta, puede ser una alternativa para comenzar a grabar video. Aunque también se debe considerar que las capacidades de los celulares son limitadas, por lo que no se tendrán las mismas opciones que con las cámaras profesionales y semiprofesionales. Por ejemplo, modificar parámetros e intercambiar lentes resultaría complicado.

A pesar de que existen aplicaciones y accesorios para celulares que ayudan en estos aspectos, la calidad y accesibilidad de los mismos no crea mucha diferencia. Así que para grabar con celulares lo mejor es aprovechar las capacidades que el mismo dispositivo. Sabaté (2011, p.1) aconseja:

- Evitar el audio: los teléfonos toman audio con muy mala calidad por un tema de ahorro de ancho de banda, por lo que dejar el canal de audio abierto, o al menos confiar en él, no dará buenos resultados. Es mejor introducir el audio después.
- Usar siempre la máxima definición: teléfonos como el *iPhone* y los rivales de su mismo nivel permiten grabar vídeo en alta definición, que se puede ver perfectamente en una pantalla de televisión. Es preferible grabar al máximo de resolución y después, si se quiere compartir el vídeo por internet o subirlo a un servidor, se puede bajar la resolución con un editor de vídeo.
- Evitar el *zoom* digital: el *zoom* digital no es nada recomendable porque reduce mucho la calidad de la imagen. En su lugar, está la ventaja de que el móvil pesa poco y siempre será más fácil acercarse al objetivo.

- Usar planos medios y cortos: los planos largos funcionan mal con la cámara del móvil, pero los cortos y medios pueden dar resultados excelentes. Es mejor acercarse y buscar encuadres que optimicen las capacidades del móvil.

Con esto, se puede conseguir un video más limpio, pese a las limitaciones ya mencionadas, esto es recomendable durante los inicios, pero lo mejor es cambiarse a una cámara más potente para poder elaborar videos con otras técnicas y mejorar la calidad.

### *Micrófonos*

Obtener una buena calidad en el sonido es igual de importante que el video, pues si alguno de los dos tiene fallas puede resultar molesto durante la edición y si el problema es muy grave, puede afectar al producto final. Para evitar esto, lo mejor es conocer alternativas para capturar el audio.

Las cámaras por lo general tienen la capacidad de grabar el audio junto al video, aunque lo mejor es no confiar ciegamente en esto, ya que pueden presentarse algunos problemas, ya sea por la calidad de la cámara o quizá por la manipulación y movimientos se filtren algunos ruidos extraños. Por lo anterior lo mejor es grabar el audio con un dispositivo externo.

Algunas de las opciones son los micrófonos que pueden conectarse a las computadoras y dispositivos móviles, éstos suelen ser baratos y ofrecer una buena calidad de sonido. Los primeros que se mencionan son los de condensador, que Alonso (2020, p.1) detalla:

[...] se llaman así por la tecnología que guardan en su interior: un condensador proporciona el mecanismo primario de captura de sonido justo bajo la rejilla exterior del micrófono, almacenando una carga eléctrica que se mide en capacitancia.

El condensador está formado por dos placas; una trasera fija y una frontal más delgada y flexible. Cuando las ondas de sonido entran en el micrófono, hacen que la placa frontal vibre, variando la distancia entre las placas y cambiando la capacitancia. Este proceso convierte las ondas sonoras en señales eléctricas que luego pueden transportarse al preamplificador, mesa de mezclas o al PC.

Para registrar estos cambios en la capacitancia, debe haber carga en el condensador y por lo tanto requieren alimentación eléctrica.

Entre los micrófonos más comunes también se suele encontrar a los dinámicos, aunque suelen ser usados con mayor medida en presentaciones en vivo y para grabaciones musicales, también puede ser usado en la grabación de audio para videos. Con respecto a estos, Audio-technica (s.f., p.1) establece que:

Un micrófono dinámico funciona como un altavoz “a la inversa”. El diafragma se mueve por el cambio en la presión del sonido. Esto mueve la bobina, haciendo que fluya la corriente a medida que se cortan las líneas de flujo del imán. Por lo tanto, en lugar de aplicar energía a la bobina (como en el altavoz) lo que ocurre es que se extrae de la misma. De hecho, muchos sistemas de intercomunicaciones utilizan pequeños altavoces con conos muy ligeros como altavoz y como micrófono, y lo que hacen es cambiar el mismo transductor de un extremo del amplificador al otro. De un altavoz no se puede hacer un gran micrófono, pero es lo suficientemente bueno para ese uso.

Los micrófonos dinámicos son reconocidos por su robustez y fiabilidad. No necesitan ni baterías ni fuentes de alimentación externas. Son capaces de dar una respuesta suave y ampliada, y los hay que ofrecen respuesta “a medida” en aplicaciones especiales. El nivel de salida es lo suficientemente alto como para trabajar directamente en las entradas de la mayoría de los micrófonos con una excelente relación señal-ruido. No necesitan mantenimiento regular, o muy escaso, y tratados con un poco de cuidado pueden mantener su rendimiento durante muchos años.

Los dos micrófonos mencionados son bastante útiles en espacios cerrados y en narraciones de voz, pero si se busca hacer otro tipo de escenas o proyecto que requieran de exteriores o el movimiento de las personas frente a cámara, es necesario usar micrófonos con otras características.

Una de las opciones que pueden ser usadas son los micrófonos de Solapa, que a diferencia de los anteriores, son bastante pequeños, para que pueda ser utilizado directamente sobre la persona, por lo que su uso es común en las producciones de video, además como refiere Fernández (s.f., p.1):

La principal ventaja de los micrófonos de solapa es que se pueden colocar muy cerca de la fuente de sonido (la boca de la persona que habla o un instrumento de música) y se pueden disimular bien en la ropa si no quieres que aparezcan en la escena. La mayoría de los micrófonos de solapa son omnidireccionales: recogen el sonido con la misma eficiencia desde todas las direcciones.

Pero su sensibilidad no es muy alta, están pensados para recoger la voz de la persona (o si se trata de un instrumento musical) a la vez que aíslan cualquier otro sonido ambiente que tengamos alrededor. Esa característica (atenuar o eliminar el sonido ambiente) ya supone una gran diferencia, un salto de calidad brutal, con respecto a grabar directamente con los micrófonos internos de la cámara.

Aunque también existe otra alternativa, que se torna más profesional, **los micrófonos de cañón**. Por lo general, estos suelen ser de los más grandes en el mercado y se pueden manipular con un soporte de acero o aluminio, en escena suele ponerse por encima del encuadre para captar todo el sonido sin salir en cuadro. Para conocer específicamente las características de estos micrófonos se debe tener en cuenta lo escrito por Micrófonos.pro (2021, p.1):

Los micros de Cañón son micrófonos de condensador de membrana pequeña, los podemos encontrar con patrones polares: Súpercardioide, Hipercardioide, o Lobar. Estos micros equipan un Corrector de fase, o tubo de interferencia (Las rejillas que tiene a lo largo), que ayuda a cancelar de forma mecánico acústica los sonidos y el ruido que provienen fuera del eje de captación, de los laterales y la parte trasera.

Están diseñados de manera que tenga la mayor ganancia cuando la fuente de sonido está directamente en su eje, es decir, en el punto de referencia de 0 grados delante del mismo. En este punto, la ganancia es total. Los micros direccionales son más eficaces en la recogida de sonidos frontales respecto a la dirección que apuntan, siendo mucho menos eficaces en los sonidos que se producen a su lado y prácticamente ineficaces en la parte trasera gracias principio de interferencia mecánico-acústica

Con estas opciones, se puede conseguir un audio de bastante calidad que facilite la edición y principalmente mejore el resultado. El uso se verá afectado principalmente por el nivel adquisitivo del proyecto, pero en términos generales solo en proyectos profesionales es obligatorio invertir en equipo costoso.

### **Medios de almacenamiento**

En cuanto se definen las características de la cámara y el micrófono, es el momento de elegir una opción para almacenar el material de la producción. A pesar de que actualmente se puede almacenar en la nube, esto difícilmente se podría hacer directo desde los dispositivos de grabación, por lo que se debe recurrir aún a las memorias Secure Digital o SD.

De este tipo de memorias abundan las marcas en el mercado, pero no solo se diferencian por esto, también lo hacen por la capacidad de almacenamiento y velocidad de la información que almacenan. Dentro de la primera clasificación VicHaunter (2015, p.1) establece que:

- Todos los tamaños de tarjetas SD pueden ser de uno de estos tipos, en los que se engloba con las siglas la limitación de tamaño que pueden alcanzar. Cada una de estas siglas significa un tamaño límite determinado y antes de comprarlas tendremos que asegurarnos de que nuestro terminal o dispositivo sea compatible con ellas.
- SD o SDSC: Estas son las SD originales, las primeras que salieron al mercado y tienen tamaños de 1MB a 2GB de almacenamiento
- SDHC: Estas más modernas con las siglas HC (high capacity) tienen una capacidad de almacenamiento de 4GB o 32GB.
- SDXC: XC o Extreme Capacity soportan tamaños de 32GB hasta 2 TB (Terabytes o 2000 Gigabytes), es decir, como un disco duro medio.

La capacidad de almacenamiento en las memorias es importante y requiere de la producción que se realice, pues si solo se grabaran pocas escenas no es necesario ocupar una SDXC, con una SDHC es suficiente. Lo que cambia si las escenas son muchas, si todo se graba en un solo día, sería buena opción optar por una de más de 32GB, pero si son varios días de rodaje, tener varias de 32 GB podrían ser la opción,

para clasificar los días en que se grabaron. Al final es el productor quien decide este aspecto.

En la actualidad la grabación de video requiere de bastante espacio, lo que justifica la creación de memorias SD de hasta 2 TB, y esto no es del todo bueno, ya que vaciar todos los datos de una memoria así, puede llevar bastante tiempo. Para esto existe una segunda clasificación en las memorias la Clase, que define la cantidad de datos por segundos que las memorias son capaces de transmitir. Fernández (2019, p.1) expone:

- Clase 2: Tienen una velocidad de escritura mínima de 2 MB/s, y pueden ser usadas para hacer fotos y grabar vídeos en baja resolución.
- Clase 4: Tienen una velocidad de escritura mínima de 4 MB/s, y pueden ser usadas para grabar vídeos en HD de 720p.
- Clase 6: Tienen una velocidad de escritura mínima de 6 MB/s, y pueden ser usadas para grabar vídeos en HD de 720p.
- Clase 10: Tienen una velocidad de escritura mínima de 10 MB/s, y pueden ser usadas para sacar fotos de alta definición consecutivas y grabar vídeos en FullHD de 1080p o resoluciones inferiores.
- UHS Speed Class 1 (U1): Tienen una velocidad de escritura mínima de 10 MB/s, pero como tiene un bus mejor que la Clase 10 es mejor para grabar vídeos FullHD a 1080p que son más largos.
- UHS Speed Class 3 (U3): Tienen una velocidad de escritura mínima de 30 MB/s, y es la más indicada para grabar vídeos en resoluciones 4K.

Las tarjetas también pueden diferenciarse por la velocidad de vídeo que es una clase aparte que es muy importante tener en cuenta a la hora de comprar tarjetas para almacenar vídeos, ya que influyen en la cantidad máxima de fotogramas por segundo a los que se puede grabar.

- Clase V6: Está en las tarjetas de Clase 6, para la grabación de vídeo HD a 72p.
- Clase V10: Está en las tarjetas de Clase 10 y UHS1, para sacar fotos de alta definición consecutivas y grabar vídeos en FullHD de 1080p o resoluciones inferiores
- Clase V30: En las tarjetas de Clase U3, para vídeos 4K a 24/30 fps

- Clase V60: En las tarjetas de Clase U3, para vídeos 4K a 60/120 fps
- Clase V90: En las tarjetas de Clase U3, para vídeos 4K a 60/120 fps

Con esto se establece que la variedad de memorias SD tiene una funcionalidad, así que, aunque no lo parezca, la elección de la memoria SD es más importante de lo que parece a primera vista. Al final la elección de cámara, micrófono y memoria SD pueden modificar el producto final, por lo que deben establecerse las mejores combinaciones de estos 3 elementos

### *Postproducción*

Cuando terminan las grabaciones del proyecto audiovisual, se establece que da inicio el proceso de postproducción, pues ya se tiene todo el material que integrará el producto final. El primer paso es recolectar todos los archivos y guiones para comenzar con el montaje.

Actualmente este proceso se realiza de forma digital, por lo que es necesario contar con los recursos y software adecuado para este trabajo. De manera simple se pueden clasificar 2 tipos de herramientas digitales para la postproducción: edición de vídeo gratuito y de pago.

### *Edición de video de pago*

#### *Adobe Premiere Pro*

Este es uno de los programas de edición más usado, incluso en algunas universidades el aprendizaje de edición se hace pensando en la interfaz y funciones de este programa, por lo que dominarlo puede resultar fundamental en el ámbito profesional.

Uno de los elementos más llamativos es la compatibilidad con otros programas de Adobe, como Photoshop, Audition, Lightroom y After Effects. Aunque no se queda en eso, pues como describe el blog Treintaycinco mm (2019, p.1):

Adobe Premiere Pro es un software de edición no lineal que permite editar videos, gráficos, audio, etc. Es uno de los programas más completos de este tipo, lo que le ha valido para convertirse en un estándar de la industria.

- Es fácil de aprender a manejar y entender.

- Sencillo a la hora de trabajar
- Admite casi todos los formatos de vídeo y formatos RAW.
- Nos permite trabajar en el audio, el color, gráficos, efectos y muchos más, aparte del vídeo.
- Permite exportar a varios formatos y dispositivos

### *Adobe After Effects*

Este software al igual que Premiere Pro pertenecen a la paquetería de Adobe, por lo que cuentan con una interfaz similar, no obstante, las funciones son distintas, pues Premiere se encuentra más enfocado en la edición de video, mientras que After effects suele usarse con mayor frecuencia para añadir efectos y algunas animaciones. Tal como lo hace notar Carranza (2021, p.1):

Al ser un programa, tanto técnico como creativo, puedes componer, crear y estilizar material de archivos 2D en un espacio 3D, diseñar títulos, crear personajes animados 2D, y más. Dependiendo de cuál sea tu objetivo, puedes sacarle el máximo provecho al software After Effects.

Aunque puedes hacer todas estas cosas, no es lo mismo que un software de edición de video. El mejor uso que le puedes dar a este programa es para insertar efectos especiales una vez que el material de video se editó previamente.

### *Final Cut Pro X*

Es un editor de video con una calidad alta, bastante similar a la paquetería de Adobe, con la diferencia que este solo se encuentra disponible para macOS. Lo anterior limita la accesibilidad para algunos usuarios, no obstante, hace que el programa sea más estable al estar diseñado para una cantidad limitada de equipos. Por lo que deben ponerse a consideración este tipo de detalles al momento de escoger una opción.

Algunas de las funciones a destacar de Final Cut Pro X son las consideradas por Moravecs (2019, p. 1):

- Manipulación de la Realidad Virtual (RV)

Final Cut Pro ofrece a los usuarios los medios para crear vídeos de RV para experiencias inmersivas. El visor de 360 grados permite a los usuarios ver el vídeo en todos los ángulos, así como realizar cambios con herramientas sencillas. Además, el programa también facilita la aplicación de gráficos y efectos como textos y desenfoques.

- **Activos Organizados**

Final Cut Pro ofrece a los usuarios la posibilidad de organizar cuidadosamente sus activos de vídeo y audio. La aplicación tiene una capacidad de etiquetado para una rápida y fácil extracción de porciones de clips y clips enteros. De esta forma, los usuarios pasan más tiempo trabajando en vídeos que buscando los activos que necesitan.

- **Títulos 2D y 3D**

Final Cut Pro incluye plantillas de gráficos en movimiento, filtros de vídeo y efectos de vídeo que los usuarios pueden utilizar para mejorar su narrativa. Estas funciones incorporadas pueden incluso ampliarse con herramientas y plantillas de terceros para mayor flexibilidad y control.

- **Sonido impecable**

No hay necesidad de un programa de edición de audio separado con Final Cut Pro. El software permite a los usuarios modificar su audio con herramientas incorporadas para eliminar el ruido de fondo y optimizar los niveles de sonido. Estos permiten un vídeo más dinámico con el audio adecuado.

- **Entrega rápida**

Se acabaron los días de largas horas de renderizado con Final Cut Pro, ya que el programa hace uso de máquinas multinúcleo y multihilo. Al aprovechar esta potencia de procesamiento, ofrece vídeos completos en diferentes formatos a un ritmo más rápido para cargarlos en canales de compartición de vídeo, plataformas de medios sociales y discos DVD y Blu-Ray.

### *Edición de video gratuita*

#### *Blender*

A diferencia de todos los anteriores, el software de Blender se diferencia por 2 características importantes. La primera es que Blender se encuentra como un software libre, es decir, no se requiere de ningún pago o suscripción para usarse. La segunda es que como tal no es un editor de video, pues su función principal es la de animación 3D. Aunque sin problemas cumple con los requisitos de un editor de video como lo hace notar Wells (2020, p.1):

El editor te permite realizar acciones básicas como cortes de vídeo y empalme, así como tareas más complejas como crear máscaras. Esto lo convierte en un editor de vídeo gratuito muy flexible y puede ser usado tanto por usuarios principiantes como avanzados.

- Vista previa en vivo, luma waveform, chroma vectorscope e histograma.
- Mezcla de audio, sincronización, scrubbing y visualización de formas de onda.
- Hasta 32 ranuras para agregar vídeo, imágenes, audio y efectos.
- Control de velocidad, capas de ajuste, transiciones, keyframes, filtros y más.

#### *Sumo.app*

Las características por las que destaca Sumo.app es que no es un software como tal, ya que funciona directamente desde el navegador, por lo que no se necesita descargar o instalar nada, además, es que en realidad es un conjunto de programas albergados en el mismo sitio web. Las funciones que se pueden encontrar son, editor de imágenes, mezclador de instrumentos, modelado 3d, programación, pixel art, editor de audio y por supuesto el editor de video.

En este último, como afirma Sumo.app (2021, p.1), el editor tiene la capacidad de cargar archivos desde la biblioteca o también se pueden importar desde el dispositivo donde se trabaja. Con los archivos de audio y video se pueden realizar combinaciones, poner efectos, textos y se puede grabar audio.

### *Montaje*

El montaje es el reflejo inmediato del guion con el que se trabajó a lo largo de la producción, pues este documento da las pautas para ordenar y ensamblar el audio y video de forma lógica. No obstante, el proceso no es tan simple como un copia y pega. como postula Delgadillo (2011, p.76):

El montaje puede comunicar estética, filosofía, ideología y estados de ánimo. Puede ser coherente o no con su contenido explícito y así significar más de la forma. El montaje permite una exploración constante en el campo de la semiótica.

A pesar del potencial expresivo que otorga el montaje en un producto audiovisual, es importante consultar los detalles técnicos en el guion o con el productor, pues son la parte responsable del proyecto y actuar sin autorización puede complicar el resultado final.

### *Corrección de audio*

Un error bastante común durante la producción de un video es dejar en segundo plano al audio, pues por el ruido del lugar, la presión del tiempo o simplemente porque no se contempló, hace que rara vez se revisen los archivos de audio durante las grabaciones.

Por este motivo es importante que durante la edición se escuchen todas las grabaciones de audio, principalmente para detectar algunos problemas que durante la producción pasaron desapercibidos, como puede ser la dicción de las personas en cuadro, ruidos externos y otros inconvenientes que no permitan percibir el audio con facilidad.

En la mayoría de editores actuales se pueden encontrar algunos filtros que disminuyen los ruidos externos, mientras que, con los problemas de dicción, lo mejor sería cortar de forma manual, pues con frecuencia se suelen captar respiraciones, muletillas y alargamiento de algunas palabras. Al hacerlo de esta forma se reduce la posibilidad de error en el audio y así poder corregir los errores.

### *Corrección de video*

En el caso del video, ocurre algo similar al audio. En algunas ocasiones se llegan a captar personas o situaciones que no estaban previstas en la escena, como puede ser que alguien del Staff o una persona en la calle pase por detrás de lo que se estaba grabando. Según del tiempo y la situación puede ser que no afecte al producto final, pero si se le considera una distracción, lo mejor es eliminarlo. Para esto se puede recurrir a la función *Relleno* de Adobe After Effects como señala Francisco (2019, p.1):

- Por defecto está en “Objeto” que, según el manual, está pensado para sustituir objetos en movimiento, como un coche en una carretera.
- La opción de “Superficie” no calcula el movimiento, porque está más pensada para quitar por ejemplo un graffiti de un muro y rellenarlo con la textura de ese muro.
- La opción de “Fusión de bordes” lo que hace es rellenar el interior con el color de los bordes. Y está más recomendado para cuando no hay tanta textura como en un muro. Por ejemplo, para quitar algo escrito en un papel.

Otro error que suele ocurrir, principalmente en producciones amateur por falta de práctica o de un trípode/estabilizador, son las fallas con el encuadre, es decir que el camarógrafo se salga del espacio esperado, ya sea de forma estática (un objeto o la posición de la cámara obstruyen la visión) o dinámica (la cámara tiembla o se mueve de forma aleatoria). Para solucionar esto Adobe (2021, p.1) recomienda hacer lo siguiente en Premiere:

[...] en el panel Efectos, elige Distorsionar › Estabilizador de deformación. A continuación, aplica el efecto haciendo doble clic o arrastrando el efecto hasta el clip en la línea de tiempo o en el panel Controles de efectos.

Tras agregar el efecto, el análisis del clip empieza inmediatamente en segundo plano. Recuerda que, según el tamaño del clip, esto puede llevar cierto tiempo. Puedes observar el progreso del estabilizador en el panel Proyecto. Cuando empieza el análisis, el primero de los dos banners indica que el análisis está teniendo lugar. Cuando se complete el análisis, el segundo banner se va moviendo para mostrar que se está produciendo la estabilización.

Aunque lo siguiente no es como tal un error a corregir, la corrección o uso de filtros de color en el video corresponde a la etapa de postproducción. Esto se realiza generalmente con un sentido estético y como reforzador del mensaje que se busca transmitir, pues como expresa Fabara (2018, p.1):

Con el color podemos crear sensaciones y climas en la imagen que cautivan la vista del espectador. Es por ello que muchos fotógrafos buscan crear estilos o adoptar los elementos que son tendencia en otros medios. Esto lo podemos ver con estilos como las paletas de color pasteles de hace un par de años, o el actual look de colores neones que vienen con la tendencia retro de los ochentas.

Para trabajar con esto, lo más común, es recurrir a Adobe Premiere como recomienda Carranza (2021, p.1):

En la sección de “control de efectos” encontrarás la opción “Corrector de color rápido”. Adobe Premiere cuenta con una configuración de nivel de color que puedes utilizar para intensificar los parámetros o niveles, y así jugar con el estado de ánimo de tu toma. Por ejemplo, para ajustar la luminancia o el color mediante un control de curva en Premiere, utiliza los ajustes de curva del efecto Curva de luminancia o Curvas RGB.

Si quieres modificar el equilibrio de color y la saturación mediante ruedas de color, ajusta las ruedas o los controles numéricos de Equilibrio y ángulo de tono del efecto Corrección de color rápida o Corrección de color tridireccional.

Antes de mover parámetros en el editor, es importante que se consideren algunos aspectos, tal como pueden ser las propiedades del color que Fabara (2018) indica:

- Tono (Matiz): Es el color mismo, definido físicamente por una longitud de onda que va desde los 380 a los 780 nanómetros. En la escala representada por Photoshop va de -180 a 180, y en modo colorear de 0 a 359.
- Saturación: Es qué tan puro o intenso es ese matiz. Entre menos intenso fuera este tono, el resultado sería que el color percibido tendería al gris. Físicamente es un porcentaje que nace entre la comparación de intensidad total y actual sobre la intensidad total. La escala en photoshop se guía de -

100 a 100 para poder tener mejor control con el resultado. Sin embargo, en modo colorear, va de 0 a 100.

- **Luminosidad (Brillo):** Es la intensidad lumínica. Una gran intensidad es muy brillante y la percibimos como blanco y, si no hay intensidad o luz, se vuelve negro. Al igual que la saturación, es un promedio entre la máxima y mínima intensidad, por lo que su valor termina siendo un porcentaje de 0 a 100. El que en Photoshop se denomine en una escala de -100 a 100 es para poder tener más control de la herramienta y funciona en la misma escala tanto en modo colorear como el normal.

Con estos elementos se puede conseguir una nueva gama de colores en el video, que pueden hacer más interesante al producto final, sin embargo, estos cambios deben realizarse con cierto fundamento y aprobación del productor. Para realizar una propuesta de cómo combinar colores, se debe tener en cuenta lo expuesto por Academia de diseño (2021, p.1):

- **Paleta monocromática**

Se trata de una que solo utiliza un color, así como todos los matices que se pueden considerar de la misma familia. El blanco y negro se combinan perfectamente con cualquiera de las familias de colores y esquemas de más claros u oscuros consiguientes.

- **Paleta análoga**

Podemos describir a los colores análogos como aquellos que se encuentran lado los unos de los otros en el círculo cromático, por ejemplo, el rojo, naranja y amarillo son análogos. Se aconseja seleccionar un color dominante, un segundo color que sustente, y uno tercero que acentúe.

- **Paleta triada**

Esta paleta utiliza tres colores distintos que se encuentran a la misma distancia en el círculo cromático. Para usar una triada de forma exitosa, los colores

deben estar equilibrados, y se debería usar uno dominante y los otros dos para acentuar.

- Paleta complementaria

Los colores complementarios son los que se encuentran en los extremos opuestos del círculo cromático. Al combinar estos dos colores, se expresa contraste e interés. Por ejemplo, el complementario del amarillo es el morado y del rojo sería el verde.

- Paleta complementaria doble

También conocida como la tétrada utiliza cuatro colores que se encuentran a la misma distancia en el círculo cromático. Debes tener cuidado, ya que dada la naturaleza de la tétrada, todos los colores tienden a ser distintos. Para resolver eso, deberías dejar que un color sea el dominante y utilizar los otros 3 para resaltar.

- Paleta complementaria dividida

Esta paleta parte de tomar un color y en lugar de elegir el color complementario que le corresponde en la rueda de color tomar los dos situados en posiciones inmediatamente adyacentes.

### *Gráficos*

Cuando se termina el montaje de los videos, audios y la corrección de color, con frecuencia se suelen colocar los gráficos, con esto se engloba a la introducción, banners o cintillos y los créditos. Por norma general, se tiene libertad con el diseño, pero lo mejor es que si se tiene, se deberían tomar los distintivos de imagen obtenidos en el brief.

### *Intro*

De manera específica, lo recomendable es que en la intro aparezca el logo del canal o proyecto que se realiza, si son videos frecuentes o con un orden a seguir, se agrega

un título y numeración para darle una mayor utilidad a este gráfico. Otra opción que se debe tomar es sobre el dinamismo de ésta, si se opta por una intro estática puede llegar a aburrir a los usuarios, pero si se le agregan demasiados efectos y movimientos, el usuario puede verse aturdido. Cualquiera de los extremos puede hacer que dejen de ver el video, por lo que se debe ser cuidadoso.

Aunque por el nombre y características lo más lógico sea ponerla justo al principio, una alternativa es que al iniciar el video se haga una pequeña descripción o discurso que proporcione indicios sobre el tema del video para que quienes lo vean tengan un breve contexto y entonces sí, se reproduzca la intro. Otro punto donde se debe ser cuidadoso es con el tiempo de duración, donde lo razonable está entre 5 y 10 segundos. De igual manera si se usara alguna canción o efecto, se debe regular el volumen para que no exista una diferencia significativa respecto al resto del video.

### *Banners o cintillos*

Un recurso que se usa con frecuencia suelen ser los banners, generalmente sirven para poner los nombres de los talentos, direcciones, números telefónicos y cualquier otra información que pueda ser útil para los usuarios. Durante el video suelen aparecer y desaparecer de acuerdo al requerimiento que se tenga, esto puede estar determinado en el guion técnico, aunque también puede quedar a consideración del editor.

Una característica en la que sí se debe tener cuidado es con el tamaño del banner, para ello se debe considerar lo expuesto por Adobe (2021, p.1):

Los banners artísticos del canal de YouTube experimentan una gran variedad de recortes en diferentes dispositivos, por lo que es imprescindible que prestes mucha atención a los tamaños y dimensiones correctas para crear ilustraciones que puedan mostrarse y comunicar de forma clara para cualquier tamaño.

Así es como aparece el diseño del canal en cada dispositivo:

- Pantalla de tableta: 1855 px por 423 px
- Pantalla móvil: 1546 px por 423 px
- Pantalla de TV: 2560 px por 1440 px
- Ordenador: 2560 px por 423 px

Dicho esto, este es el mejor protocolo para crear el diseño de tu canal:

- El tamaño ideal para una imagen de diseño de canal de YouTube es de 2560 px por 1440 px.
- El área segura que se mostrará en todos los dispositivos es el área central de 1546 px por 423 px. Mantén todos los puntos clave como logotipos, textos o imágenes en esta área.
- Los tipos de archivos aceptados son JPG, GIF, BMP o PNG, que no superen los 6 MB.

### *Créditos*

Lo último que se realiza son los créditos que, al igual que la intro, pueden ser estáticos o dinámicos. Con la diferencia de que éstos pueden ser más largos, pues se debe agregar el nombre y rol de todas las personas involucradas en la producción. En el tema de los créditos también pueden existir variaciones, en cuanto al diseño y en dónde se usan, como ejemplifica el blog Cinestésime ... (2010, p.1):

Los créditos iniciales tienen un objetivo especial: enganchar al espectador que, mientras se acomoda en su butaca y coge su primer puñado de palomitas, empieza a adivinar si lo que va a ver es un drama, suspense, acción o una comedia.

Entre los diversos estilos de créditos, encontramos tres ya conocidos y bien diferenciados de los demás:

- **Woody Allen**: siempre con jazz de fondo, aparecen créditos sobre un fondo negro, imitando a los títulos de las películas de años 30, 40 y “Cine Noir”. No nos sirven como un anticipo de la historia, pero son característicos de las cintas de Woody Allen.
- **Sin créditos**: las más emblemáticas son las películas de 007 (James Bond), Hay entre 5 y 10 minutos de una larga introducción, presentándonos al protagonista de la historia. Para que se torne más entrañable y nos sea familiar, participa de alguna aventura que tiene relación con el argumento que se desarrollará después. Los créditos suelen aparecer tras esta introducción, y son espectaculares musical y visualmente. Casi como un videoclip.

- **Rótulos sobre los primeros planos:** el estilo más común y como aparecen en la mayoría de películas. Comienza la película y sobre las imágenes aparecen los títulos, uno por uno y en el centro, a los lados o en la parte de abajo.

Sin importar el estilo de créditos que se elija, lo importante es centrarse en que el diseño sea correcto, con relación a los otros gráficos y el mensaje del video. De igual forma se debe asegurar que se les da el crédito a todos los miembros de la producción para evitar problemas a futuro.

### *Exportación*

El último paso de la postproducción es obtener el archivo con el video que se ha editado, cuya función en los programas de edición se denomina *exportar*, en este proceso se puede obtener el audio y video por separado o junto, según las necesidades que puedan presentarse. La siguiente configuración, si bien no representa en su totalidad los estándares profesionales, es una alternativa más universal, dado la facilidad que otorga con el bajo peso de los archivos exportados y que el H.264 otorga una gran calidad al producto final.

Para lograr exportar, se deben seguir los pasos señalados por Cerff (2021, p.1):

1. Vas al menú File o Archivo, luego 'Exportar' y 'Media'.
2. En el nuevo cuadro que aparece en Premiere, tendrás que asegurarte que estás en el codec H.264, que suele aparecer por default y exportará su archivo mp4 para redes.
3. También tendrás que asegurarte que en las opciones de preseteo esté seleccionado 'Match Source - High bitrate', que mantendrá las dimensiones con las que trabajaste.
4. Finalmente, tendrás que dar click en Exportar y el programa empezará a guardar tu clip final.

Una consideración extra que se debe tomar en cuenta es la del peso y duración del archivo, pues como se mencionó en el apartado de almacenamiento, trasladar un video pesado de un dispositivo a la red u otro dispositivo puede ser tardado. Por lo

que sí se debe entregar o subir a una plataforma, es necesario considerar este aspecto para evitar retrasos con la entrega del producto final.

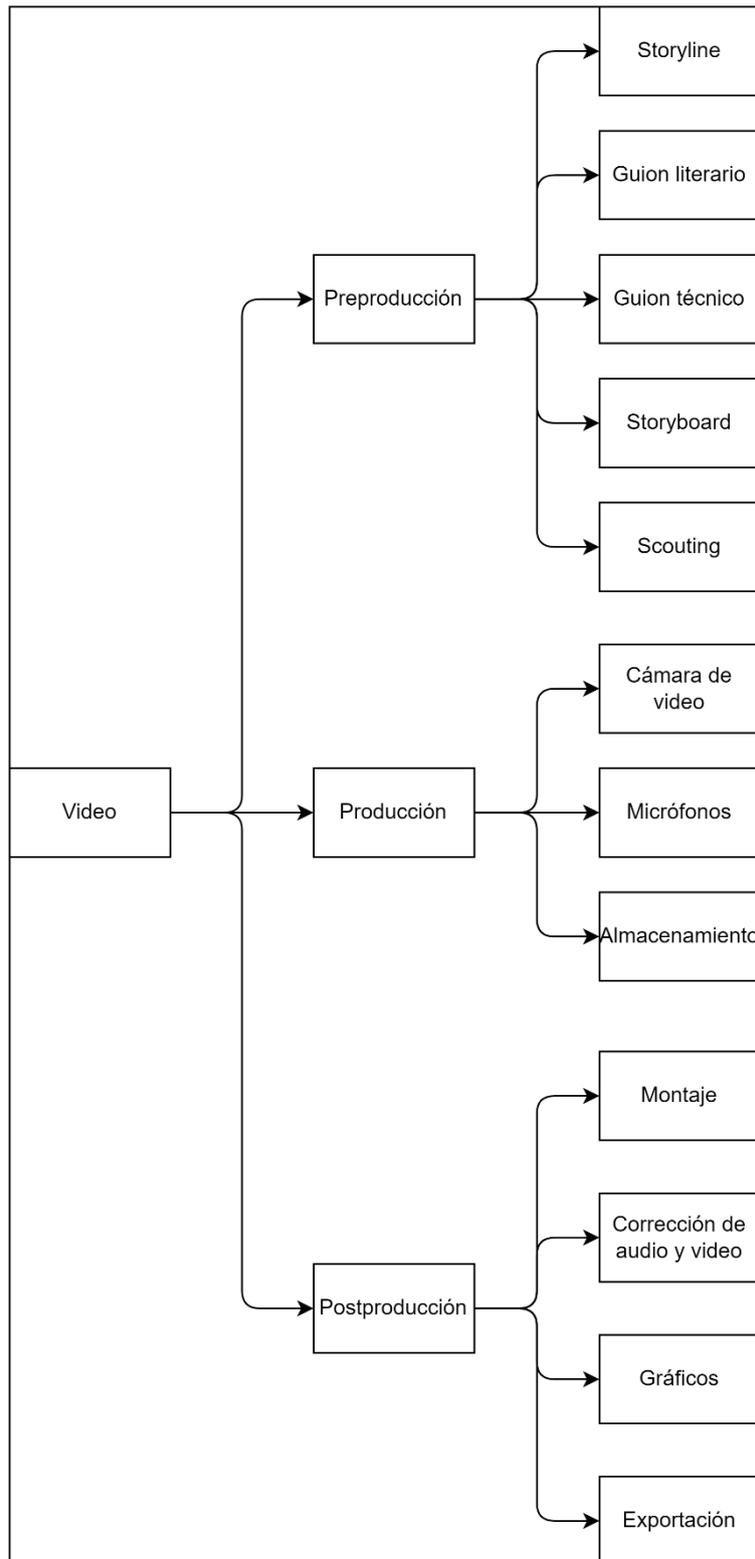


Fig. 1.2. Elaboración de un video (JCM, 2021)

### 1.1. ¿Qué es YouTube?

La plataforma YouTube es una de las más grandes en contenido audiovisual, los principales atractivos se encuentran en la posibilidad de subir videos grabados por los usuarios, el origen como señala Jaimovich (2020, p.1)

[...] nació en febrero de 2005, de la mano de Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim en febrero de 2005 Todos ellos se conocieron cuando trabajaban en PayPal. El 14 de febrero de ese año se activó el dominio y un tiempo después, más precisamente, el 23 de abril de 2005 se subió el primer video de la historia a YouTube. Dura apenas 18 segundos y se titula “*Me at the zoo*” (“Yo en el zoológico”).

Durante los primeros años, esta plataforma se llenaba de videos sin mucha relevancia, en cuanto a la producción o lo que presentaban, es decir, era bastante común solo encontrar videos caseros con caídas o situaciones graciosas que podían llamar la atención. No obstante, comenzaron a surgir algunos personajes o estilos de videos definidos que se volvieron populares como lo explica el blog DeYouTubers (s.f., p. 1)

Así alrededor del año 2009 ya aparecían las primeras figuras de YouTubers en el mundo y en España. Los YouTubers empezaron a ganar seguidores día tras día y sus videos cada vez tenían más visualizaciones, convirtiendo el hobby en una profesión, alcanzando la fama y viviendo de su figura YouTuber.

Los videos y las personas involucradas con las producciones para YouTube, han ganado seriedad, por el alcance e impacto que pueden provocar dentro y fuera de la internet. Al punto de convertirse en puntos de interés mediáticos, sin limitarse a contenido amateur, pues incluso las productoras de música consiguen impulsar a algunos artistas mediante videos musicales. Uno de los más relevantes es Baby Shark, que como detalla Fernández (2020, p.1) un video:

[...]dedicado a niños se ha alzado con el primer lugar con [...] 7.051.444.307 visitas, que se superponen a las 7.039.961.928 que tiene la canción de Luis

Fonsi con Daddy Yankee. Gana, por poco, el título de ser el vídeo más visto de la historia. Otros como el mítico vídeo de Gangnam Style fue el primer vídeo en alcanzar los 1000 millones de visitas.

El impacto que han tenido este tipo de materiales en las sociedades es considerable, pero no viene solo, pues se nutre de procesos similares que ocurre en otras redes sociales. Lo que sí se puede poner en consideración es la relevancia que han ganado los materiales audiovisuales en la internet, como establece Jaimovich (2020, p.1):

1. Las nuevas herramientas y tecnologías permiten a los consumidores archivar, comentar, apropiarse y volver a poner en circulación los contenidos mediáticos.
2. Una gama de subculturas promueve la producción mediática del <hazlo tú mismo>, un discurso que condiciona el uso de esas tecnologías por parte de los consumidores; y
3. Las tendencias económicas que favorecen los conglomerados mediáticos horizontalmente integrados fomentan el flujo de imágenes, ideas y narraciones a través de múltiples canales mediáticos y demandan tipos más activos de espectadores.

Por lo anterior, es pertinente que se analice lo que es un video y cómo elaborar uno, pues ya se ha expuesto que en la sociedad actual es necesario que los usuarios también sean creadores de contenido.

### **1.5. Videos en YouTube**

Con el desarrollo actual de la tecnología, estar conectados a la internet es una posibilidad para gran parte de la sociedad, por consecuencia el consumo de entretenimiento e información en este medio alto. Desde la creación en 2006, la plataforma YouTube (2021) ha incrementado de forma contundente el número de usuarios y contenidos, tal como revelan los datos:

- Todos los meses, más de 2,000 millones de usuarios acceden a YouTube desde sus cuentas y miran más de mil millones de horas de video diarias, lo que genera miles de millones de vistas.
- Más del 70% del tiempo de reproducción de YouTube proviene de dispositivos móviles.

- YouTube lanzó versiones locales en más de 100 países.
- Puedes navegar en YouTube en un total de 80 idiomas diferentes.

Con ese número de usuarios, la plataforma se ha vuelto atractiva para las empresas y proyectos que buscan captar a gente hacia los productos y contenidos. Pues al hacerse presente en YouTube con un canal, aumentan las posibilidades de que algunos usuarios de YouTube se muestren interesados y al mismo tiempo generen un aumento en el posicionamiento en la web (SEO).

### *Canal de YouTube*

Para convertirse en un usuario registrado en YouTube, solo es necesario contar con una cuenta de Google, la cual sirve para todos los servicios que ofrece la compañía. Con esto se puede acceder a funciones que sin una cuenta no son accesibles. Google (2021, p.1) determina que las opciones desbloqueables son:

- Hacer clic en "Me gusta" en los vídeos
- Marcar vídeos como favoritos
- Suscribirse a canales
- Marcar vídeos para ver más tarde
- Acceder al historial de reproducciones
- Denunciar vídeos

YouTube también puede personalizar recomendaciones de vídeos en función del contenido que has visto, de los vídeos que te han gustado y de los canales a los que te has suscrito.

Al crear una cuenta en YouTube, se tiene la posibilidad de crear dos tipos de cuentas, la primera funciona como un canal personal en donde solo una persona puede tener acceso y la otra opción es un canal de marca, cuyas diferencias son, según YouTube (2021, p.1):

Tú y otras personas pueden administrar de forma conjunta una cuenta de marca a través de sus propias Cuentas de Google. No necesitas un nombre de usuario ni una contraseña adicional, ya que tu cuenta puede tener varios propietarios y administradores.

- Propietarios: Pueden realizar la mayoría de las acciones y controlar quién administra la cuenta. Una cuenta debe tener un propietario principal.
- Administradores: Pueden usar los servicios de Google compatibles con cuentas de marca, como Google Fotos para compartir fotos o YouTube para publicar videos.
- Administradores de comunicaciones: Pueden realizar las mismas acciones que los administradores, pero no pueden usar YouTube.

### *Nombres y miniaturas*

Un objetivo que constantemente se busca en plataformas como YouTube suele ser aumentar las estadísticas del canal, como lo pueden ser el número de suscriptores y vistas de los videos. Para conseguir esto es necesario elaborar algunas estrategias que capten la atención de los usuarios y que a su vez facilite alcanzar las cifras esperadas en el canal.

En una plataforma donde como señala Hale (2019, p.1) se suben en promedio 500 horas de video por minuto, lo que por día se convierte en 720 000 horas de video cargadas en la plataforma. Esa cantidad de material demuestra lo competido que puede resultar atraer al público a ver el contenido que se produce en el propio canal.

Para poder atraer a los usuarios a ver videos, es importante captar la atención desde antes de reproducir el video, aunque parezca extraño, la interfaz de YouTube promueve este tipo de consumo, pues en el inicio de la plataforma se pueden visualizar unos recuadros con imágenes y frases relacionadas al video. Por ese motivo a los videos se les puede colocar un título y una miniatura.

En el caso de los títulos, lo mejor es ser concisos, pues en caso de usar oraciones muy largas se corre el riesgo de que los espectadores no lo lean por completo y pierdan interés por el contenido. De igual forma se debe ser precavido con lo que se escribe, ya que puede causar conflictos con los usuarios, tal como lo explica YouTube (2021, p.1):

Los títulos bien redactados pueden marcar la diferencia entre los usuarios que miran y comparten tu video y quienes lo ignoran. Por lo tanto, te recomendamos

crear títulos que representen con precisión el contenido. Para ello, puedes despertar la curiosidad del público con un título creativo o mostrar un avance del contenido.

Es importante que describas con precisión el video para que los usuarios se queden a mirarlo. Si los usuarios abandonan el video debido a que no cumplió con sus expectativas, disminuirá tu retención de público, lo que, a su vez, podría reducir las probabilidades de que se recomiende en YouTube.

Estas recomendaciones también son aplicables para las miniaturas, pues en las mismas se puede colocar texto complementario, aunque la cualidad principal es el uso de imágenes, las cuales deben tener una relación directa con el contenido que se presentará, de lo contrario se cae en una práctica conocida como *clickbait* o ciberanzuelo. En caso de que usuarios reporten esto, la cuenta podría estar en riesgo, pues como menciona Google (2021, p.1), esta práctica está prohibida:

En YouTube, no se permiten los siguientes tipos de contenido. Esta no es la lista completa.

- Poner demasiadas etiquetas en la descripción (“exceso de etiquetas”), en lugar de agregarlas como etiquetas cuando se sube el video
  - Miniaturas en las que aparecen celebridades que no tienen relación con el contenido del video
  - Usar los títulos, las miniaturas, las descripciones o las etiquetas para engañar a los usuarios y hacerles creer que el contenido que van a mirar se trata de otro tema, en especial cuando hay un riesgo grave de daños flagrantes reales.

### *Comunidad*

Una vez que se obtiene un número constante de seguidores en YouTube, lo conveniente es buscar métodos para mantenerlos atentos y fieles al contenido que se publica en el canal. Ante esto, uno de los caminos que se suelen tomar en los entornos virtuales son la creación de comunidades, en donde se integra a usuarios con intereses o gustos similares.

Lo mejor es que a partir del contenido principal, o mediante interacciones se genere un sentimiento de identidad con el proyecto, por lo que se debe tener una retroalimentación bastante alta, responder a dudas y tomar en cuenta las recomendaciones de los usuarios, esto ayuda a que puedan sentirse parte del mismo.

Tener en cuenta lo anterior, también puede ayudar a generar un mayor interés por parte de los usuarios, pues al tomar en cuenta las necesidades que expresan se logra dar una mayor conexión. Por lo importante que resulta esta parte, la plataforma creó un espacio en donde se podía compartir otro tipo de contenido, como imágenes, gifs y encuestas. YouTube (2021, p.1) recomienda que en esta sección:

1. Promociona un video de colaboración con otro creador o un fan.
2. Encuesta al público sobre el tipo de videos que quiere ver en el futuro.
3. Muestra fotos especiales tras bambalinas.
4. Adelanta un anuncio especial futuro.
5. Destaca a un fan o a otro creador con una @mención.
6. Si usas las membresías del canal, crea una publicación exclusiva para miembros a fin de mostrarles contenido exclusivo.

### *Derechos de autor*

En los tiempos actuales, en donde descargar información y contenido multimedia en general, es bastante común encontrar materiales que circulan de forma ilegal por la red. Por este motivo es recomendable tener cierto control con el material de terceros que se use en las producciones, pues usarlos sin los permisos o condicionantes establecidas puede provocar problemas legales o el cierre del canal. Google (2021, p.1) establece que el proceso es el siguiente:

Las faltas por incumplimiento de los derechos de autor sirven de advertencia. La primera vez que recibas una falta de este tipo, deberás completar el programa de Aprendizaje sobre derechos de autor. A través de este programa, los creadores comprenden qué son los derechos de autor y cómo se aplican en YouTube.

Las faltas por incumplimiento de los derechos de autor pueden afectar la capacidad de monetizar contenido. Además, si se quita una transmisión en vivo

activa por este motivo, se restringirá tu acceso a la función para transmitir durante 7 días.

Si recibes 3 faltas por incumplimiento de los derechos de autor, sucederá lo siguiente:

- Tu cuenta, así como todos los canales asociados a ella, estarán sujetos a rescisión.
- Se quitarán todos los videos que subiste a la cuenta.
- No podrás crear canales nuevos.

A causa del riesgo de eliminación de un canal, la práctica más recurrente es descargar el material multimedia desde bibliotecas virtuales, las cuales ofrecen la posibilidad de comprar las licencias necesarias para el uso de material protegido, aunque en ocasiones también tienen material de uso gratuito. Para verificar que uso se le puede dar a cada archivo se debe verificar la licencia con la que se encuentra al público.

Peiró (s.f., p.1) establece la primera clasificación como Copyright:

El copyright es la forma de atribuir la autoría a alguien que ha creado una obra, además de proporcionarle una serie de derechos como autor. Supone una forma de proteger esta obra para que pueda gestionar los derechos de su contenido su propio creador.

Por otro lado, García (2018, p.1) establece la segunda como Copyleft:

Una definición de copyleft sería el sistema que permite la libre distribución de copias y versiones modificadas de un trabajo u obra, reclamando que los mismos derechos se respeten en las distintas versiones que se cambien. En principio, las licencias copyleft pueden usarse para programas de informática, ciencia, cultura, obras de arte o cualquier trabajo creativo que sea regido por el derecho de autor.

Ayala (2020, p.1) define la tercera clasificación como:

Creative Commons es un tipo de licencia que se rige bajo el concepto de Copyleft, es decir, que el autor permite el uso total o parcial de su obra, pero bajo unas condiciones especificadas por el propio autor.

El blog Aula informativa (2020, p.1) señala que existen variantes de licencias de Creative Commons, las cuales son:

- **Reconocimiento (CC BY):** Al usar esta licencia se permite a otros distribuir, mezclar, ajustar y construir a partir de la obra, incluso con fines comerciales, siempre que se reconozca la autoría de la creación original. Con esta licencia los diseñadores protegen su trabajo y es más sencillo que se distribuya pues permite la modificación de la obra original e incluso su uso en proyectos comerciales.
- **Reconocimiento-CompartirIgual (CC BY-SA):** Esta licencia permite que los consumidores mezclen, modifique y desarrollen sobre la obra original, incluso con propósitos comerciales, pero solo si se atribuye el crédito respectivo y se licencia las obras creadas en base al original bajo una licencia idéntica. Mediante esta licencia, los usuarios tienen la libertad de modificar la creación original, pero cualquier producto derivado deberá ser compartido utilizando la misma licencia, es decir, deberá también admitir las modificaciones y su uso para fines comerciales.
- **Reconocimiento-SinObraDerivada (CC BY-ND):** Con esta licencia se permite la redistribución tanto comercial como no comercial siempre y cuando se reconozca la autoría. Además se prohíbe la modificación de la obra original. Esta licencia es usada por los autores para poder distribuir su trabajo de forma gratuita, pero consideran importante que no se realice ningún cambio del original.
- **Reconocimiento-NoComercial (CC BY-NC):** Esta licencia admite la mezcla, ajuste y construcción de un nuevo producto en base a la obra original solo para su uso no comercial. También se debe reconocer la autoría y los productos derivados pueden ser compartidos con otro tipo de licencia. Esta licencia es ideal para aquellos autores que no les molesta que otros compartan y editen su trabajo, siempre y cuando sea en proyectos gratuitos y sin su uso comercial.
- **Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual (CC BY-NC-SA):** Esta licencia admite la mezcla, ajuste y construcción de un nuevo producto en base a la obra original solo para su uso no comercial. También se debe reconocer la autoría y los productos derivados deben ser compartidos

bajo la misma licencia. Como puedes notar, las condiciones de este tipo de licencia son bastante parecidas a las que posee “CC BY-NC”, la cual hemos mencionado previamente. La única excepción es en referencia a la licencia de los productos derivados.

- **Reconocimiento-NoComercial-Sin Obra Derivada (CC BY-NC-ND):** Esta licencia prohíbe la venta y/o modificación de la obra original. De esta manera, esta es una de las licencias más restrictivas ya que solo admite la descarga y redistribución de la obra original siempre y cuando se reconozca la autoría.

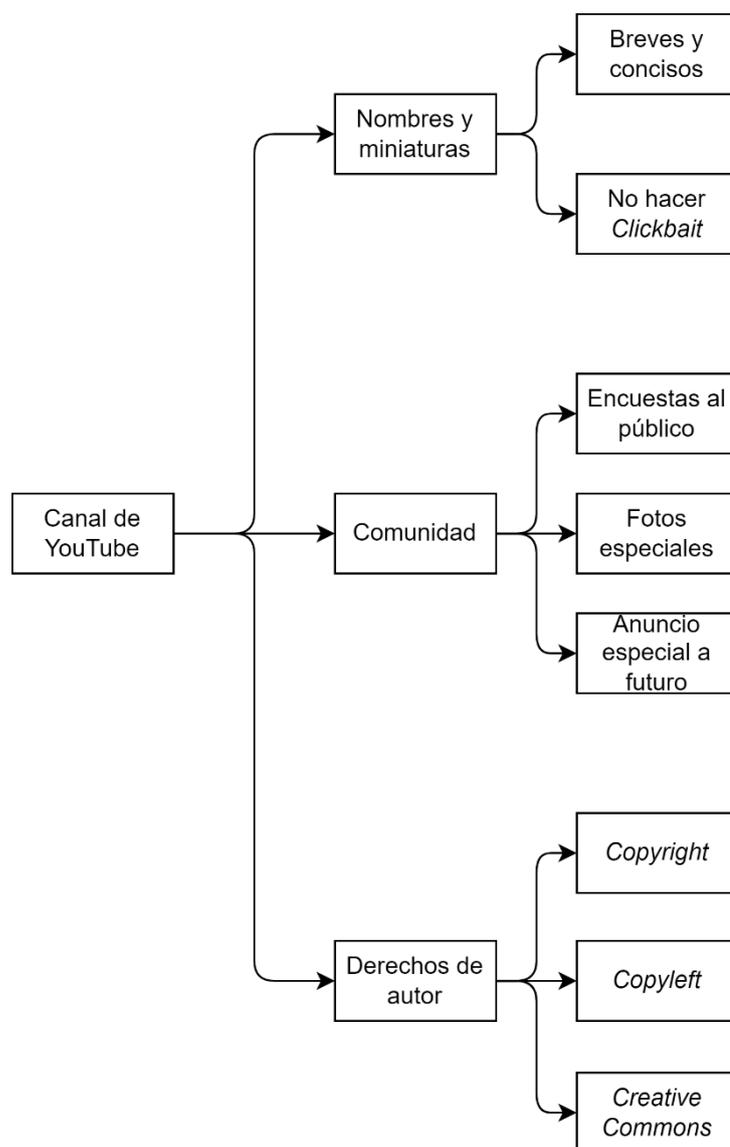


Fig. 1.3. Videos en YouTube (JCM, 2021)

En este momento, ya se puede identificar que el proceso de elaboración de los videos se divide en tres partes, la preproducción, producción y postproducción. Además de algunas consideraciones extras, como las normatividades de los derechos de autor que son esenciales para evitar problemas con YouTube y terceros. Esto servirá como base, para poder identificar los elementos del video y funciones de la plataforma YouTube.

## Capítulo segundo: La UNAM y las tutorías

En este segundo capítulo se hará una revisión sobre la forma en que se encuentran integradas las tutorías en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Las cuales han ganado notoriedad e importancia por apoyar a los estudiantes a mantener un desarrollo durante la estancia en la institución.

### 2.1. Las tutorías en la UNAM

Klug y Peralta (2019, p. 1) mencionan que las tutorías son:

Los espacios de tutoría se piensan como una construcción pedagógica que posibilita, entre otras dinámicas, estimular los procesos de enseñanza aprendizaje y amenizar la vida universitaria. Por esta razón se los entiende como un recurso integral para encarar procesos de acompañamiento, entendiendo como decisivo en este mismo que el sujeto “acompañado” no sea precisamente receptor, sino protagonista.

Al tener a los estudiantes en un papel principal, no es de extrañar que se obtenga una mejora en los mismos, pues adquieren una formación adicional a la exclusivamente académica. Aunque por este motivo, las tutorías deben tener un enfoque más personal, pues como explican Obaya y Vargas (2014, p. 479):

[...] contribuye al desarrollo de las competencias para la vida por medio de las diferentes acciones dirigidas a favorecer que los alumnos encuentren el sentido de lo que aprenden cotidianamente en la escuela y movilicen los diversos saberes culturales, científicos y tecnológicos al relacionarlos con el contexto específico en el que se desenvuelven [...].

Con los elementos revisados hasta el momento, se percibe en las tutorías una oportunidad para abordar problemáticas **principalmente académicas, aunque también se canalizan las personales**, que de otra manera sería complicado, ya que, al tener a los discentes en primer plano, es más fácil identificar las necesidades y problemáticas. Lo que abre las posibilidades de impartir ayuda más significativa durante el trayecto en la educación superior.

Para las tutorías en la UNAM, ayudar en la resolución de las mismas ha sido un elemento importante como lo destaca Olvera (2015 p. 6):

Una característica común que se ha percibido sobre el inicio de la tutoría en el nivel de estudios de licenciatura, es la problemática que enfrenta cada entidad educativa para que sus estudiantes concluyan en tiempo y forma sus estudios, es decir, sus estadísticas refieren problemas de reprobación, de repetición de cursos, de abandono de la carrera, de falta de titulación, que repercute no solo en el estudiante mismo, sino en la institución y en la sociedad.



Fig. 2.1. Caracterización de las tutorías (JCM, 2021)

Bajo esta premisa se puede identificar que las tutorías otorgan un beneficio mutuo. Lo que añade motivos para dar especial énfasis al desarrollo de los estudiantes. Así, en la Gaceta UNAM (5 de marzo de 1990) se mencionó que “la tutoría no debe ser vista como un requisito que debe cubrirse por el hecho de que está en la legislación. Un sistema de tutorías no se puede improvisar de la noche a la mañana” (p.10).

Es hasta el 23 de mayo de 2013 que se establece un punto importante para el proyecto de tutorías en la UNAM con la publicación en la Gaceta UNAM de “El sistema

institucional de bachillerato y licenciatura de los sistemas presencial, abierto y a distancia de la UNAM". Por estas fechas Narro y Arredondo (2013, p. 13) mencionan:

Se define al sistema institucional de tutoría (SIT) como el conjunto de acciones articuladas para el desarrollo de los programas institucionales de tutoría (PIT) y sus respectivos programas de acción (PAT). La instancia de coordinación general está conformada por el rector y por los secretarios de Desarrollo Institucional y de Servicios a la Comunidad, así como por un coordinador nombrado por el rector, un consejo asesor y un comité ejecutivo.

Las tutorías en la UNAM no funcionan de forma individual, pues se encuentran tres niveles que ayudan a la puesta en práctica en la universidad. Por lo que resulta pertinente realizar una revisión de cada una de ellas para comprender la función y estructura.

## **2.2. SIT (Sistema Institucional de Tutoría)**

El SIT engloba a todos los elementos que participan en el programa de tutorías de la UNAM. El funcionamiento del SIT está determinado en la Gaceta UNAM el 23 de mayo de 2013, y también en la página Web donde se encuentra que el Sistema Institucional de Tutoría (s. f.):

[...] reúne a alumnos, tutores, docentes, coordinadores, autoridades y expertos en un esfuerzo por mejorar el desempeño académico, la permanencia y el egreso. En la UNAM concebimos a la tutoría como un recurso estratégico que, en conjunto con otros programas y acciones institucionales, permite fortalecer los programas educativos a través del acompañamiento a lo largo de la trayectoria académica de los alumnos. Esta actividad, inherente a la función docente, contribuye a la mejora del desempeño académico y desarrollo integral, mediante el encuentro y la comunicación entre tutor y alumno, durante su estancia en nuestra institución.

Con lo anterior se reitera la prioridad que tienen las tutorías dentro de la institución, pues en éstas participa incluso el rector. La estructura del SIT en la Gaceta UNAM (23 de mayo de 2013) señala:

TERCERO. - El SIT está integrado por:

- I. El Rector de la Universidad, quien fungirá como Presidente;
- II. El Secretario de Desarrollo Institucional quien, en ausencia del Rector, lo suplirá;
- III. El Secretario de Servicios a la Comunidad;
- IV. Un Coordinador del SIT nombrado y removido por el Rector a propuesta del Secretario de Desarrollo Institucional y del Secretario de Servicios a la Comunidad, quien dependerá del Secretario de Desarrollo Institucional;
- V. Un Consejo Asesor,
- VI. Un Comité Ejecutivo.

Queda claro que son funcionarios de alto nivel quienes participan en esta parte de las tutorías, por lo que se establece que ellos llevan el control de forma general. Es decir que no intervienen de manera directa con los estudiantes que reciben la ayuda por parte de la universidad.

### **2.3. PIT (Programa Institucional de Tutoría)**

El segundo nivel es el Programa Institucional de tutorías, el cual se encuentra orientado de forma particular a cada plantel. De esta forma se pueden establecer prioridades y acciones más específicas que den solución a las propias problemáticas. De forma más específica se pueden tomar los lineamientos de la Gaceta UNAM (23 de mayo de 2013, p.29):

PIT: Programa Institucional de Tutoría. Documento general elaborado por las entidades que articula elementos de orden estratégico (objetivos, visión, misión). Define y organiza los propósitos, procesos y acciones, que realizan los actores centrales de la tutoría y todos los implicados en su desarrollo (autoridades, funcionarios, académicos, alumnos y personal administrativo).

En este punto, la Escuela Nacional Preparatoria (2020, p.10) especifica que el “Programa Institucional de Tutoría se planteó como una acción prioritaria y se reorientó hacia la atención de aspectos personales y académicos de los alumnos, con los cuales se pretendió abordar problemas de conocimiento y deficiencias en estrategias de aprendizaje”.

Como se ha mencionado, las tutorías otorgan un beneficio a los estudiantes e instituciones que las integran, motivo por el que se establece la prioridad del PIT en los planteles educativos de la UNAM. De igual forma se reconoce que la orientación hacia ámbitos personales es una parte fundamental. Elementos que también toma la Escuela Nacional Colegio de Ciencias y Humanidades (2018, p.1):

[...] como programa de apoyo a la formación de los alumnos, con la finalidad de realizar una labor complementaria a los cursos ordinarios y con el propósito de contribuir a mejorar la calidad de los aprendizajes y evitar el rezago académico de los alumnos mediante el acompañamiento permanente a lo largo de su trayectoria escolar [...].

En el nivel licenciatura, la FES Acatlán (2020, p.12) menciona:

El PIT está conformada por las Divisiones de Ciencias Jurídicas, de Ciencias Socioeconómicas, de Diseño y Edificación, de Humanidades, de Matemáticas e Ingeniería y del Sistema de Universidad Abierta y Educación a Distancia a las que el Programa Institucional de Tutoría pretende proporcionar los elementos suficientes para desarrollar los Planes de Acción Tutorial correspondientes. Cada División académica tiene un Enlace con la coordinación del PIT quien organizará la elaboración de los PAT, a través de sus Comités Tutorales de las licenciaturas correspondientes. El PIT se ve fortalecido por el actual Consejo Tutorial [...]

Uno de los elementos fundamentales que se observa es que las Facultades a diferencia de los bachilleratos, deben establecer mayores diferencias entre las modalidades de las tutorías, debido a lo requerido por cada licenciatura. Para ayudar a hacer estas distinciones se elaboran planes de acción, elemento que se va a revisar en el siguiente punto.

#### **2.4. PAT (Plan de Acción Tutorial)**

En este nivel del programa de tutorías de la UNAM se distinguen los aspectos particulares sobre cada plantel y la estrategia que se adopta para poder atender las necesidades de la comunidad. Se puede consultar la definición oficial en la Gaceta UNAM (23 de mayo de 2013, p.29):

PAT: Plan de Acción Tutorial. Documento elaborado por las entidades que contiene el conjunto de acciones específicas a través de las cuales se diseña el contenido y la ejecución de la tutoría en el contexto de las necesidades e intereses de los alumnos, tomando como base los recursos humanos y materiales que tiene la escuela o facultad. Constituye un marco necesario para especificar criterios y procedimientos básicos.

Los Planes de Acción Tutorial en los planteles intentan mantener los aspectos básicos de la tutoría y considera el contexto particular, a los estudiantes, a los recursos del plantel y a los ejes de acción. Herrera (2019, p. 10) explica:

Es el conjunto de acciones identificadas por los tutores mediante trabajo colaborativo en el que se establecen temas y metodologías didácticas para la atención de necesidades académicas, personales y sociales de los estudiantes, organizadas temporalmente para instrumentar la estrategia tutorial.

A lo anterior se añaden los elementos del SIT y la estructura vigente, de donde se basa la propuesta del PAT de cada institución. Debido a que ahí se encuentran establecidas las modalidades de tutoría, con las que se puede apoyar a la comunidad universitaria.

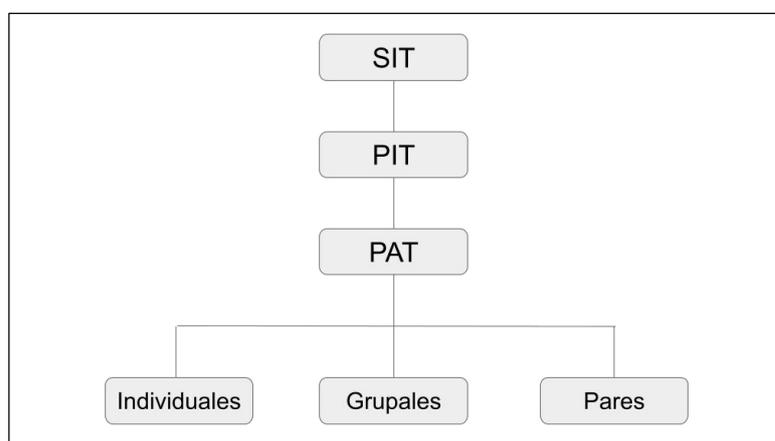


Fig. 2.2. Estructura de las tutorías en la UNAM (JCM, 2021)

Como se observa, al momento de planificar tutorías, se debe tomar en consideración que no existe un solo tipo de tutoría. Por lo tanto, es pertinente revisar algunas definiciones para conocer de qué trata cada una de estas modalidades que propone la UNAM.

En el caso de las *tutorías individuales*, Galeano (2010. p.1) las define como:

[...] una acción educativa que se lleva a cabo de forma personal y directa, en la que existe un conocimiento preciso por parte del tutor de la personalidad del alumno y de sus necesidades, creándose un compromiso entre ambos, tutor-alumno, de respeto y confianza, que ayuda al alumno a tomar decisiones y a afrontar sus problemas, desarrollando las habilidades necesarias para ello.

Para las tutorías grupales Rodríguez (2008, p.2) establece que está:

[...] orientada a generar un sistema de apoyos para el correcto desarrollo académico de los estudiantes (información sobre el sistema, planificación del currículum, organización de la actividad y trabajo académico). La tutoría como estrategia para facilitar la adquisición y desarrollo de competencias de trabajo en grupo.

Según Sánchez (2014, p. 48) “en general la tutoría entre iguales es un asesoramiento entre compañeros o pasantes que ayudan a los estudiantes al inicio de sus estudios a resolver problemas relacionados con su formación”.

Con esta información se da una idea más completa de lo que integra al PAT, pues ahora se anexa la parte didáctica y de contenido a los que desempeñan un papel fundamental en las tutorías, ya que, si no se elabora una correcta planificación, sería complicado llevar a cabo el acompañamiento a la comunidad educativa. Por ejemplo, lo que dice la FES Acatlán. (2019, p. 6):

El Plan de Acción Tutorial de la Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán tiene como objetivo establecer actividades específicas para contribuir al desarrollo académico, personal y profesional de su comunidad estudiantil, en congruencia con el Plan de Estudios vigente en este programa educativo.

De forma particular la licenciatura en Comunicación estableció un sistema de tutorías donde los estudiantes de semestres avanzados orientan a los de nuevo ingreso, de forma que la estancia universitaria se desarrolle de mejor manera. Para poder contextualizar, se profundizará en lo que consiste una tutoría entre iguales.

## **2.5. Tutorías entre iguales**

Las tutorías entre iguales no se alejan de los objetivos planteados hasta el momento, no obstante, se diferencian por el proceso para llegar a ellos. La SEP. (2014, p.11) establece que:

La tutoría entre pares es una modalidad educativa que consiste en el apoyo mutuo entre compañeros que comparten un mismo nivel educativo, está basada en la propuesta de aprendizaje cooperativo para la construcción de conocimiento colectivo entre estudiantes, y busca incidir en el aprovechamiento escolar de sus compañeros, reducir los índices de reprobación y abandono y favorecer la adaptación de los jóvenes (especialmente los de nuevo ingreso) al contexto escolar.

Para esto también es importante considerar lo que expresan Pérez, Rodríguez y Gonzáles (2020, p.62): “En la Universidad del Siglo XXI, la acción tutorial de calidad entendida como proceso durante todo el tiempo de estancia del discente en el centro de educación superior y que tiene que orientarse a reforzar su autonomía hasta convertirse en agente activo y protagonista de su formación.

Lo expuesto anteriormente es relevante, ya que ayuda a planificar de mejor manera las estrategias para que los universitarios orienten a los tutorados. De esta forma se identifica en primera instancia que la comunidad no es uniforme y requieren tratamientos particulares. Para complementar esta parte, se toma lo expuesto por Olvera (2021) sobre los niveles que los estudiantes deben alcanzar en la universidad:

- En el primer año destaca que se debe centrar en familiarizarse con el plan de estudios, adaptarse con la universidad y prevenir la reprobación.
- En el segundo se comienza a planear el egreso, para prevenir el retraso con actividades dentro o fuera del ámbito escolar.
- Para el tercero deben ser capaces de identificar sus gustos dentro de la licenciatura, por lo que puede escoger un área de especialización y comienza la búsqueda laboral, con el servicio social o como becario.
- En el cuarto año sea capaz de tomar decisiones propias, principalmente en la forma de titulación, la búsqueda de empleo y la extensión de conocimientos.

Con esto se identifican a los estudiantes que requieren de mayor atención, y que suelen ser los que llevan menos de 2 años en la institución. No obstante, por la inexperiencia e incluso por vergüenza pueden llegar a ocultar o negar la ayuda de las autoridades universitarias.

Las tutorías por pares pueden ser una solución para que los jóvenes sientan mayor seguridad al momento de expresar o desarrollar las dudas y problemas. Como describe Sánchez (2014, p.48):

[...] en general la tutoría entre iguales es un asesoramiento entre compañeros o pasantes que ayudan a los estudiantes al inicio de sus estudios a resolver problemas relacionados con su formación”. Así los estudiantes que cursan el tercer y cuarto año en la universidad, que ya son estudiantes con mayor independencia y conocimiento dentro de la licenciatura, pueden ser tutores.

De igual forma se debe enfatizar en otra ventaja, que rescatan Duran, Flores, Mosca y Santiviago (2015, p.):

La tutoría entre iguales, en tanto método cooperativo, por sus características y fundamentos, aprovecha pedagógicamente la posibilidad de que los estudiantes sean mediadores del aprendizaje al utilizar las diferencias entre ellos, incluidas las diferencias de nivel, como motor para generar aprendizaje.

Para complementar esto, se debe considerar lo descrito por Obaya y Vargas (2014, p. 5):

Es importante que el tutor se informe sobre temas relacionados con tutoría, adolescencia y estrategias didácticas, entre otros, así como, conocer sobre gustos, intereses y potencialidades de los estudiantes del grupo. También es recomendable que el tutor sea creativo e innovador y proponga al grupo situaciones interesantes, lúdicas y pertinentes a sus inquietudes y necesidades, que permitan analizar con los alumnos los asuntos que impactan su desarrollo y bienestar como integrantes de la comunidad de aprendizaje.

Con estas características se puede establecer de forma más directa una orientación de los tutores hacia los tutorados, pues como señala Mosca y Santiviago (s.f., p. 9)

pueden “[...] acompañar al estudiante en lo referente a aspectos que lo ocupen y preocupen, conociendo sus experiencias cotidianas y sus contextos de significación, acompañándolo en sus procesos de aprendizaje”.

De esta forma se puede establecer un sistema de tutores pares, que pueda dar acompañamiento a los estudiantes que lo requieran, mientras que tienen la oportunidad de cubrir el servicio social o realizar una práctica profesional, según lo que establezca cada institución.

## **2.6. Las tutorías entre pares en la carrera de comunicación FES Acatlán**

La licenciatura en comunicación es una de las pertenecientes a la División de Humanidades de la FES Acatlán, por lo que, para conocer el Plan de tutorías, es necesario revisar el Plan de Acción Tutorial de esta División. Según la FES Acatlán (2020, pág. 15)

El Plan de Acción Tutorial de la Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán tiene como objetivo establecer actividades específicas para contribuir al desarrollo académico, personal y profesional de su comunidad estudiantil, en congruencia con el Plan de Estudios vigente en este programa educativo

Para contribuir con el cumplimiento se estableció el programa de Tutorías por Pares (TxP) que es el punto de partida para la participación de los estudiantes que apoyan a otros compañeros de semestres inferiores en la FES Acatlán.

### *Breve historia de TxP*

Tutorías por Pares surge desde las propias necesidades de la licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán. Por lo que se vuelven coherentes los objetivos anteriormente descritos. Al tener la responsabilidad sobre el desarrollo de los estudiantes de los primeros semestres, es necesario que los tutores pares cuenten con las herramientas suficientes para llevar a cabo un buen acompañamiento. Por tanto, las capacitaciones son una buena oportunidad para obtener esos conocimientos.

La preparación de los tutores permite, como dice Herrera (2019, p.18) que sean capaces de:

Apoyar al estudiante de nuevo ingreso a una mejor adaptación al mundo universitario en general y a la carrera en particular. Ofrecer apoyo académico a los estudiantes, particularmente en el aprendizaje de contenidos de primer año en los cuales los tutorados pueden presentar alguna dificultad. Promover que los estudiantes desarrollen estrategias de aprendizaje que les permita enfrentar satisfactoriamente los desafíos asociados al rendimiento académico. Necesidad de trabajo más integrado y articulado con otros programas de la Universidad.

Las tutorías no se pueden limitar al ámbito presencial, pues con el desarrollo tecnológico actual la interacción a distancia es cada vez más común; lo que abre una posibilidad de aumentar el rango de alcance hacia los tutorados para recibir apoyo en las dudas y problemáticas. De este modo se observa que los tutores deben cumplir con habilidades para garantizar la impartición de las tutorías.

Desde el 2015 hasta el 2019 se realizaron evaluaciones al programa de TxP y al comparar los resultados se nota un aumento en cada versión, como se muestra en la tabla:

<b>Promedio de tutorías</b>					
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b><i>Evaluación a tutores</i></b>	<b>7.22</b>	<b>7.38</b>	<b>7.42</b>	<b>S/D</b>	<b>8.2</b>

2.1. Promedio de tutorías

### *Canales utilizados por TxP*

Para lograr un mayor acercamiento a los tutorados y a la comunidad estudiantil de la licenciatura, el programa de Tutoría por Pares ha utilizado diversas redes sociodigitales como se muestra:

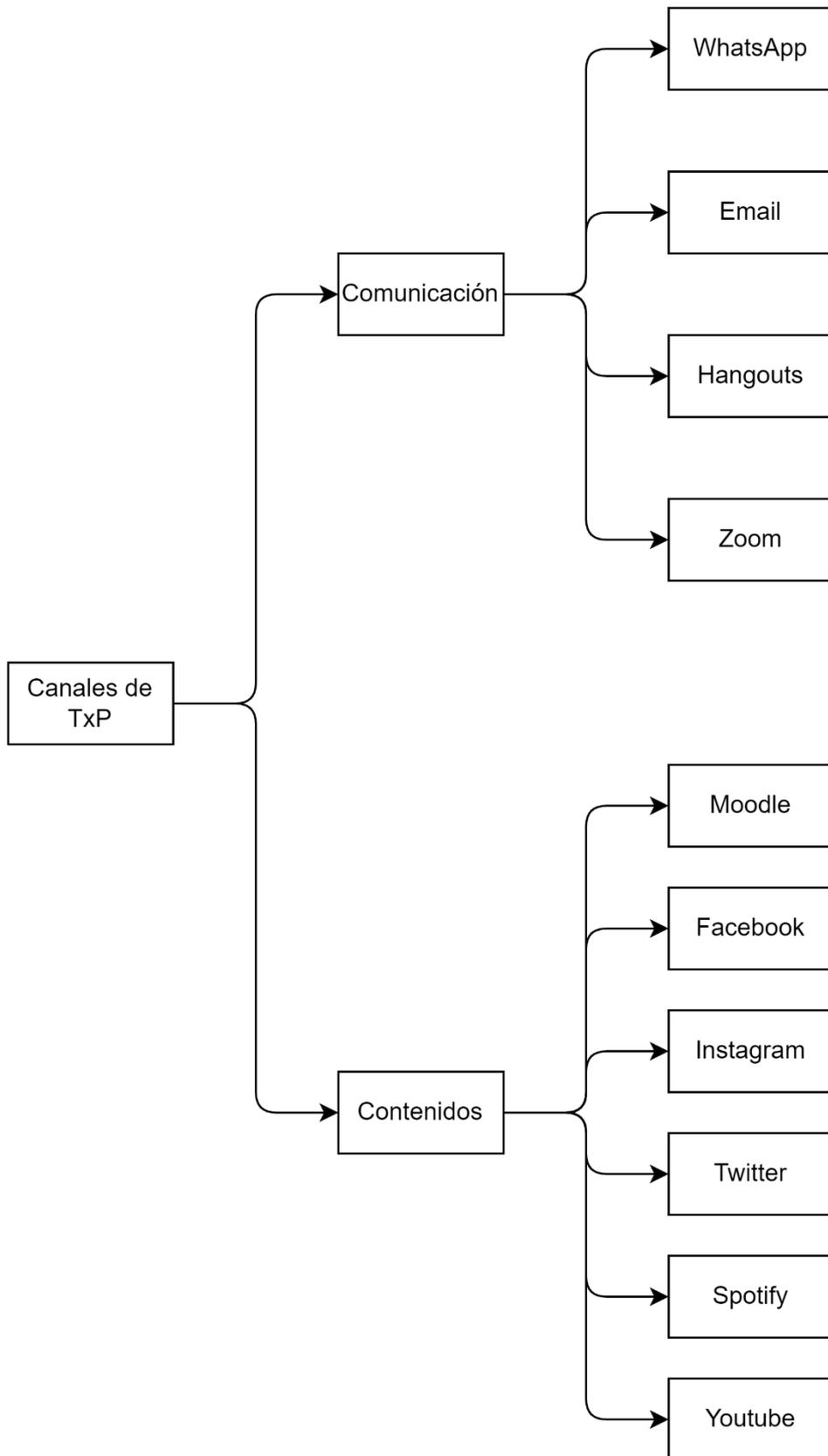


Fig. 2.3. Canales de TxP (JCM, 2021)

### *Whatsapp*

En la actualidad la comunicación instantánea es un aspecto que se ha vuelto cada vez más común, por lo que se vuelve prioritario contar con un canal en donde se pueda realizar esto; para satisfacerlo surgieron varias aplicaciones, una de ellas es WhatsApp (2021):

[...] como una alternativa a los mensajes SMS. Nuestro producto ahora te permite enviar y recibir una variedad de tipos de archivo multimedia, como textos, fotos, videos, documentos y la ubicación, además de realizar llamadas. Debido a que muchos usuarios comparten sus momentos más preciados en WhatsApp, implementamos el cifrado de extremo a extremo en la aplicación. Detrás de cada decisión está nuestro deseo de permitir que las personas puedan comunicarse sin barreras en cualquier parte del mundo.

Con estos elementos WhatsApp se convierte en una buena alternativa, por las facilidades de enviar mensajes, archivos y el número de usuarios con los que cuenta. Lo que permite que los tutores puedan tener contacto con los tutorados e incluso con otros tutores.

### *Email*

A pesar de la existencia de mensajería instantánea, como la expuesta en el punto anterior, no puede ser la única en usarse. El motivo principal es que la comunicación efectuada en esos medios se considera informal, en el caso de la tutoría no se debe olvidar que se encuentra en un contexto educativo y debe guardar cierta formalidad.

Como lo definen Manzano y Alonso (2015, p. 50):

Uno de los medios más utilizados para el intercambio de información entre estudiantes y docentes en las asignaturas relacionadas con la investigación es el correo electrónico, porque se considera una herramienta accesible, económica, ecológica y efectiva para el procesamiento de información en conjunto a través de los procesos tutoriales; sin embargo, existe un conjunto de condiciones que deben considerarse para que un mensaje digital remitido por correo electrónico sea efectivo.

Una de estas condiciones es precisamente la formalidad y seriedad que ofrece este tipo de canal de comunicación. Por lo que sirve para enviar información oficial de la institución educativa o del mismo programa de tutorías. Además, se debe agregar que el correo electrónico sirve para registrarse en otras redes sociodigitales, por lo que tener una cuenta de email es prioritario.

### *Hangouts*

La comunicación a distancia en la actualidad no se limita al envío de mensajes y archivos multimedia, pues el avance tecnológico en los dispositivos electrónicos de uso personal como los smartphones y computadoras cada vez soportan más funciones. Entre las que destacan las videollamadas. Una de las opciones para realizarlas es Hangouts, que según Google (2021, p.1) que tiene la capacidad de:

[...] conectarte con familiares, amigos o compañeros de trabajo por medio de videollamadas cara a cara. Esta es la cantidad máxima de participantes que admiten las videollamadas según la edición:

- Gmail y G Suite Basic: 10 personas
- Business y Education: 25 personas

En el caso de las tutorías entre pares, mantener contacto con los estudiantes es un elemento importante. Por este motivo se considera una opción para realizar este tipo de comunicación entre la comunidad estudiantil, no obstante, no es la única ni la más popular.

### *Zoom*

Como se mencionó anteriormente, algunos servicios como Hangouts no son tan utilizados debido a la accesibilidad o acuerdo de las instituciones educativas. Por ejemplo, en la UNAM como señala la Coordinación de Universidad Abierta Innovación Educativa y Educación a Distancia (CUAIEED) (201, p.1) cuenta con:

El Sistema de Aulas Virtuales y Ambientes Educativos alberga para los docentes y alumnos, las principales plataformas que permiten establecer sesiones de trabajo en tiempo real y en tiempo diferido, facilitando la

capacidad de compartir video, documentos y actividades en grupos controlados, así como en grandes audiencias masivas.

En este sistema, se encuentra Zoom (2020, p.1) que se define como una:

plataforma de comunicaciones unificadas centrada en la tecnología de vídeo innovadora, fiable y sencilla ofrece reuniones con vídeo, voz, seminarios web y chat en ordenadores, teléfonos, dispositivos móviles y sistemas de salas de conferencias. Zoom ayuda a las empresas a diseñar experiencias sublimes utilizando integraciones de aplicaciones de la empresa y herramientas de programación para desarrollar flujos de trabajo personalizados.

Al contar con un acuerdo en la universidad y cumplir con las funciones necesarias, zoom se convierte en una alternativa más común dentro de la UNAM, por lo que es necesario que TxP utilice esta plataforma. Aunque también cuenta con algunas limitantes para los tutores, pues su servicio cuenta con opciones de pago que añaden y quitan restricciones como la duración de las videollamadas.

### *Moodle*

Esta es una de las primeras plataformas usadas por el programa de Tutorías por Pares, con el objetivo de subir objetos de aprendizaje, los cuales podrían ser consultados por los tutorados. Se consideró el uso por las características, Moodle (2020, p. 1) se define como:

[...] una plataforma de aprendizaje diseñada para proporcionarle a educadores, administradores y estudiantes un sistema integrado único, robusto y seguro para crear ambientes de aprendizaje personalizados. Usted puede descargar el programa a su propio servidor web, o pedirle a uno de nuestros Moodle Partners que le asista.

No obstante, solo se utilizó únicamente durante el 2015, pues no cumplió con las expectativas de los tutores, presentó un bajo uso de los materiales subidos a Moodle. Por lo que el trabajo dedicado, no generó resultados que justificaran el uso en años posteriores.

### Facebook

Facebook es una de las redes sociales más usadas alrededor del mundo, aunque de primera impresión no parece estar relacionada con la educación, se considera a lo mencionado por Rubín (2020, p.1):

[...] Facebook ha estado y sigue estando orientado, sobre todo, a las personas, con el tiempo, las marcas, también han ido adquiriendo un peso importante a través de las páginas de Facebook. Sin embargo, el espíritu de la red sigue siendo un espíritu muy orientado a las vidas personales, algo que precisamente las marcas deben tener muy en cuenta si quieren “enganchar” a los usuarios.

Ante esto surge una oportunidad para que TxP logre conectar con los tutorados, pues en un ambiente más informal puede ser más probable que acudan a recibir la orientación requerida. Por este motivo también es una herramienta de utilidad para el ámbito educativo, pues permite compartir información a los estudiantes de forma asincrónica ya que el contenido se almacena en el perfil o página desde donde se publica.

En el caso de TxP, esta es una de las redes con mayor actividad y tiempo de funcionamiento. Se creó en el 2015 y para 2021 cuenta con 918 seguidores, como se aprecia en la tabla:

**Tabla 1.1 Facebook Tutoría por Pares Acatlán**

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Seguidores	93	208	296	-	478	777	918
Publicaciones	S/D	S/D	S/D	-	S/D	89	105
Promedio de likes por publicación	S/D	S/D	S/D	-	S/D	8	11.4

### Instagram

A esta red social se le define en los términos que expone Fachin (s.f., p.1):

Instagram es al mismo tiempo una red social para contenido visual y una aplicación de fotos para teléfonos móviles. Esta plataforma nació con la idea

de ser una comunidad en la que compartir imágenes y vídeos de corta duración, para interactuar gracias a ellos con personas afines a tus intereses (seguidores).

Fue creada en 2019 por TxP y se ha utilizado principalmente para subir infografías, memes y videos cortos. Estas suelen estar relacionadas con los temas expuestos en las tutorías y algunos avisos de la FES Acatlán, como talleres, ponencias y becas. En la tabla se observa el progreso hasta el último informe.

**Tabla 1.2 Instagram Tutoría por Pares Acatlán**

	2019	2020	2021
Seguidores	86	202	245
Publicaciones	123	202	436
Promedio de <i>likes</i> por publicación	21	18	7,7

### *Twitter*

Twitter es otra red social que en el mundo es bastante utilizada, pero que en el caso de TxP recientemente se exploró. El problema surge en que, a diferencia de otras redes sociales, la forma de publicar el contenido es un poco diferente y con algunas limitaciones, tal y como lo establece Ruiz (2018, p. 1):

Twitter es una plataforma social de microblogging, que sirve básicamente para comunicarse mediante mensajes cortos y de forma gratuita con otras personas o usuarios registrados en ella. Estos mensajes reciben el nombre de «tweet» y están formados por 280 caracteres, aunque hasta 2017 constaban de 140, pudiendo también publicar vídeos, fotos, infografías, descuentos, noticias, eventos, etc.

Por estas características se puede entender que el uso principal es para cuentas personales, pues se suelen compartir opiniones sobre los temas que son tendencia, o actualizar sobre lo que ocurre en el día a día. Aunque como es el caso de las anteriores, esta red social se ha adaptado para otros tipos de usuarios como destaca Lenovo (2019, p. 1):

Las marcas utilizan Twitter para comprometerse con los consumidores y establecer relaciones. Las marcas pueden aprovechar la plataforma social para acceder a comunidades de nicho en línea e influir en los clientes. Al crear una cuenta activa de Twitter y adquirir seguidores, una organización puede crear y fomentar conexiones con los clientes. Los tweets pueden servir como contenido de marketing del tamaño de un pequeño trozo para aumentar el conocimiento de la marca, generar tráfico del sitio y hacer crecer un seguimiento leal.

A diferencia de las otras redes sociodigitales de TxP, Twitter tiene menos definido el contenido, pues en ocasiones se comparte información oficial de la UNAM y la FES Acatlán y por periodos se comparten *Tweets* para motivar a los tutorados. La indecisión de contenido se ve reflejada en el número de publicaciones por este canal.

**Tabla 1.3 Twitter Tutoría por Pares Acatlán**

	2021
Seguidores	118
Publicaciones	12

### *Spotify*

En Spotify es un canal en donde se puede subir y consumir productos comunicativos con mayor producción y seriedad, aunque la mayoría de personas la suelen utilizar para escuchar música en formato de streaming. Cuando se revisa más a fondo la misma plataforma (Spotify, 2021, p. 1) la define como:

[...] un servicio de música, podcasts y vídeos digitales en streaming que te da acceso a millones de canciones y otros contenidos de artistas de todo el mundo.

Las funciones básicas, como escuchar música, son totalmente gratis, pero también tienes la opción de mejorar tu cuenta con Spotify Premium. De cualquiera de las dos maneras, puedes:

- Elegir lo que quieres escuchar con Explorar y Buscar.
- Recibir recomendaciones en funciones personalizadas, como Descubrimiento semanal, Radar de Novedades y Daily Mix.
- Montar colecciones de música.
- Ver lo que escuchan amigos, artistas y famosos.
- Crear tus propias emisoras de radio.

Uno de los elementos a destacar es que, a pesar de contar con una versión de pago, se obliga a los usuarios a tener que pagar una suscripción mensual, pues solo con que escuchen unos cuantos minutos de publicidad ya pueden acceder al contenido que se sube.

Para TxP ha servido bastante esta plataforma, pues al tener tutores que han tenido por lo menos un semestre de producción radiofónica, vuelve más fácil el trabajo y creación de podcast para Spotify. Con lo cual se ha creado el podcast *TxP manual de supervivencia*, del que se pueden ver las estadísticas en el siguiente cuadro.

**Tabla 1.4 Spotify Tutoría por Pares Acatlán**

	<b>2021</b>
Publicaciones	10
Promedio de reproducciones por publicación	9.3

### *YouTube*

Con la llegada de la internet los hábitos de consumo en las personas se modificaron, pues comenzaron a desarrollarse nuevos medios para difundir productos audiovisuales, una de estas alternativas es YouTube que Facchin (2018, p.1) define como:

[...] un sitio Web que permite a sus usuarios subir vídeos para que otros puedan consumirlos en cualquier momento y de manera Online. Realmente, es una especie de televisión a la carta por Internet. Pero en esta red no solo puedes visionar contenido profesional, sino también de cualquier tipo de usuarios.

Todo el mundo puede crear una cuenta en ella y ofrecer sus propios vídeos al resto del mundo.

Por estas características es útil que un programa de tutorías establezca presencia en este tipo de plataformas, pues la información que se establezca en los videos puede ser consultado en cualquier momento por los tutorados, además que al tener un lenguaje audiovisual se cuentan con más recursos para comunicar que en las otras redes sociodigitales de TxP. Las estadísticas son:

**Tabla 1.5 YouTube Tutoría por Pares Acatlán**

	2020	2021
Suscriptores	S/Datos	24
Publicaciones	8	20
Visualizaciones	S/Datos	520
Tiempo visto en horas	S/Datos	8.9

### *YouTube en TxP*

La presencia de TxP en YouTube puede establecerse como contenido educativo, pues se centra en complementar los temas dados en las tutorías en grupo al combinar los objetivos del programa. Para lo que YouTube (2021, p.1) da algunas alternativas en la creación de videos:

- Entretenimiento educativo: vídeos que combinan educación y entretenimiento. Suelen presentarlos personas curiosas o expertos en los temas tratados, y en ellos se ofrecen lecciones inolvidables en YouTube con un toque creativo.
- Formación y respuestas directas en tutoriales, temas académicos o contenido basado en planes de estudios: estos vídeos suelen presentarlos profesores o expertos y pueden ayudar a la audiencia a dominar un tema específico o a aprender a realizar una tarea paso a paso. Por lo general, se elaboran a partir de un plan de estudios.

- Enseñanza basada en habilidades laborales o aplicables en el ámbito profesional: suelen presentarlos profesionales de un campo concreto, expertos o una organización que ofrezca métodos de enseñanza basados en aptitudes.

Los primeros videos de TxP subidos a la red fueron del tipo entretenimiento educativo, pues esa propuesta se basaba en una miniserie titulada La historia de Fernanda, que relata las vivencias de una estudiante de la licenciatura en comunicación de la FES Acatlán. A pesar de contar con una sección en donde se daban consejos sobre temas educativos, por el formato no podría entrar directamente en uno de los otros géneros.

En 2020 se comenzaron a producir otra serie de videos, esta vez más relacionados a complementar los temas tratados en las tutorías frente a grupo donde se exponían infografías y memes subidas a las otras redes de TxP. En este caso no hubo un nombre establecido, pero los videos se presentaban como *TXP: y el nombre del tema de la semana*, en este caso el género más cercano es el de Formación y respuestas directas presentados por tutores de 9° semestre de la licenciatura en comunicación. Para 2021 se toma la idea de Spotify sobre *TxP Manual de supervivencia* que ahora se crea para el canal de YouTube en formato de video blog.

De tal forma que es apreciable que las tutorías con los años se han vuelto parte fundamental del desarrollo de los estudiantes en la UNAM. Otro elemento destacable es que las tutorías no se han limitado a la manera tradicional, en donde un tutor y tutorado interactúan de manera presencial, pues como se ha visto, algunos programas de tutoría como el de comunicación en la FES Acatlán, donde las redes sociales se han vuelto parte fundamental.

## Capítulo tercero: El empleo de YouTube en TxP **Comunicación**

El contexto que se ha expuesto sirve para establecer las bases de la elaboración de un canal educativo en YouTube, no obstante, el programa de TxP ya cuenta con un canal activo desde el 28 de septiembre de 2020. Aquí se realizará un análisis de los videos realizados en el semestre 2021-1 para detectar áreas de oportunidad en la elaboración de una serie de propuestas para mejorar los videos en la plataforma.

### 3.1. Tabla de operacionalización

Para iniciar con el análisis se debe considerar en primera instancia, la elaboración de un instrumento que facilite esta labor, en este caso se debe tomar en cuenta todo el proceso de elaboración y subida de videos a YouTube, por lo que del primer capítulo se obtendrá la información para elaborar una operacionalización de variables.

Lo anterior es definido por Ferrer (2010, p.1) como:

Es un proceso que se inicia con la definición de las variables en función de factores estrictamente medibles a los que se les llama indicadores. El proceso obliga a realizar una definición conceptual de las variables para romper el concepto difuso que ella engloba y así darle sentido concreto dentro de la investigación, luego en función de ello se procesa a realizar la definición operacional de la misma para identificar los indicadores que permitirán realizar su medición de forma empírica y cuantitativa, al igual que cualitativamente llegado el caso.

Los conceptos a operacionalizar son: video (p.10), preproducción (p.15), producción (p.18), postproducción (p. 26) y canal de YouTube (p.38).

Concepto	Categoría	Indicador	Aplicación en TxP
1. Video	1.1. Sistema de grabación y reproducción de imágenes, acompañadas o no de sonidos (p. 10)	1.1.1. Videos de TxP	1.1.1. Se produjeron 12 videos

	1.2. otros medios electrónicos (p. 10)	1.2.1. YouTube e Instagram	1.2.1. 12 videos en YouTube con copy en Instagram
	1.3. señales digitales (p.11)	1.3.1. Imágenes fijas, frames. (p.11)	1.3.1. Archivos de video
		1.3.2. secuencias de frames, framerate (p. 11)	1.3.2. Se determina por el dispositivo de grabación a 24 fps

2. Preproducción	2.1 Brief es un documento para plantear mensajes (p. 15)	2.1.1 Documento	2.1.1 Se cuenta con el documento con esta información
		2.1.2. Objetivos	2.1.2. Planeación semestral de TxP
		2.1.3. Público objetivo	2.1.3. Estudiantes de los tres primeros semestres de comunicación de la FES Acatlán
		2.1.4. Restricciones	2.1.4. Legislación universitaria
		2.1.5. Plazos y entregas	2.1.5. Planeación semanal de TxP
	2.2 Planeación de las ideas para videos (p.16)	2.2.1 Storylines	2.2.1 Planeación del video semanal TxP
		2.2.2 Guion literario	2.2.2. N.A.
		2.2.3 Guion técnico	2.2.3 12 Archivos de los guiones en drive de TxP
		2.2.4 Storyboard	2.2.4 N.A.
		2.2.5 Scouting	2.2.5 N.A.

3. Producción	3.1 Equipo para realizar la grabación (p.18)	3.1.1 Cámara de video	Cámara de celular
		3.1.2 Micrófono	Celular
		3.1.3 Almacenamiento	Almacenamiento en Drive y SD

4. Postproducción.	4.1 Proceso de integración del material para el producto final.	4.1.1 Edición de video	4.1.1 Adobe premiere
		4.1.2 Montaje	4.1.2 12 guiones técnicos en drive
		4.1.3 Corrección de audio	4.1.3 12 Archivos de audio editados en drive
		4.1.4 Corrección de video	4.1.4 12 Archivos de video editados en drive
		4.1.5 Gráficos	4.1.5 Archivos png drive
		4.1.6 Exportación	4.1.6. 12 Archivos de video terminados en drive

5. YouTube	5.1 Crear un canal de YouTube es requisito para subir contenido (p. 38)	5.1.1 Nombres	5.1.1 canal: <b>Tutoría por Pares Acatlán - YouTube</b>
		5.1.2 Miniaturas	5.1.2 Perfil del canal <a href="https://www.YouTube.com/channel/UCU4mEHfvxnTwjEz_5scKDKw/videos">https://www.YouTube.com/channel/UCU4mEHfvxnTwjEz_5scKDKw/videos</a>
		5.1.3 Derechos de autor	5.1.3. Mixkit y Pexels. Creative commons

### 3.2. Instrumento de análisis

Con el instrumento creado en el punto anterior y con una muestra conformada por 13 videos elaborados por el equipo TxP en el periodo semestral 2021-1, la finalidad es que a partir de los indicadores se realice un análisis para determinar si los videos cumplen o no con los aspectos básicos de una producción para YouTube, esto acompañado de un comentario con sugerencias.

Sistema de grabación y reproducción de imágenes, acompañadas o no de sonidos	Sí hay	Grabación	Reproducción de imágenes	Acompañamiento de sonido	Comentario
1.1.1. Se produjeron 13 videos	13	13	13	13	Los videos cumplieron con los objetivos previstos y no presentaron fallos
1.2.1. 13 videos en YouTube con copy en Instagram	13				Los videos en instagram sirven para dar mayor difusión, aunque divide las vistas porque algunos usuarios no se trasladan a YouTube.
1.3.1. Archivos de video				N.A.	Los videos están respaldados en la nube para que cualquier integrante de TXP pueda acceder a ellos, por lo que no hay conflictos con esto.
1.3.2. Se determina por el dispositivo de grabación a 24 fps	13				Los videos se graban con celular, por lo que se usó la configuración predeterminada y no hubo

					variaciones en los fps
--	--	--	--	--	------------------------

Brief es un documento para plantear mensajes	Sí hay	Comentario
2.1.1 Documento	13	El documento brief existe y cuenta con los puntos básicos, pero debería actualizarse con base en la planeación semestral
2.1.2. Objetivos	13	Se plantean en los informes semanales, por lo que se elabora de forma particular, no se identifican problemas.
2.1.3. Público objetivo	13	El público objetivo está siempre presente, por lo que no hay inconvenientes en este punto.
2.1.4. Restricciones	13	El equipo de TXP realiza revisiones sobre cada video, por lo que no se han presentado violaciones a la legislación universitaria.

Planeación de las ideas para videos	Sí hay	Indicación visual	Indicaciones técnicas	Comentario
2.2.1 Storylines	13			Se integran en la planeación semanal y sirven de referencia para la creación de los guiones, por lo que es importante que se continúan elaborando
2.2.2 Guion literario				Al no realizar tantos videos con narrativa,

				su uso es poco práctico en las producciones de TXP
2.2.3 Guion técnico	13		13	El guión técnico es el que se usa en todas las producciones, pues da indicaciones generales al equipo de TXP. Su uso es obligatorio.
2.2.4 Storyboard				Al igual que el guion literario, al ser una herramienta más enfocada a los videos narrativos no se utiliza, pero puede servir de guía visual, por lo que el uso puede ayudar a mejorar la planeación de los videos.
2.2.5 Scouting				Durante estos videos no se realizó, pero es conveniente que se haga una búsqueda de los lugares donde se grabará, independientemente de si son interiores o exteriores. Ya que mejoraría los fondos y calidad del producto final.

Proceso de integración del material para el producto final	Sí hay	Comentario
4.1.1 Edición de video	13	De forma general los 12 videos están editados, aunque algunos presentan algunas fallas en el video y audio, cómo:  Ruido externo en los audios  El color de fondo y vestimenta son similares
4.1.2 Montaje	13	Los guiones y el producto final coinciden, por lo que el montaje no presenta problemas de forma genera
4.1.3 Corrección de audio	13	En algunos videos se aprecian ruidos externos, por lo que se debe tener más cuidado en la grabación y limpieza del audio.
4.1.4 Corrección de video	13	Al tener formato de video blog y grabarse en interiores las correcciones de color y edición son muy leves, por lo que no hay problemas.
4.1.5 Gráficos	13	Los gráficos pasaron de ser fijos a animados, por lo que se mostró una evolución del vídeo 1 al 12
4.1.6 Exportación	13	Todos los videos están correctamente exportados y no se presentaron problemas, por lo que la configuración no requiere cambios.

Crear un canal de YouTube es requisito para subir contenido	Sí hay	Brevedad	Claridad	Comentario cualitativo
5.1.1 Nombres	13	13	13	Los nombres de los videos tienen la

				extensión adecuada y sintetizan el tema del video, por lo que no requiere cambios.
5.1.2 Miniaturas	13	N.A.	N.A.	Las miniaturas usadas son las predeterminadas por YouTube, por lo que tienen serios problemas, ya que no cuentan con una planeación ni lógica. Por lo que se recomienda: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Establecer a una persona para la elaboración de miniaturas</li> <li>● Crear un estilo que fomente la identificación de TxP</li> </ul>
5.1.3 Derechos de autor	13	N.A.	N.A.	El material de terceros usado en los videos es bajo, en su mayoría Creative Commons y de creación propia, por lo que no hay conflictos con el reglamento de YouTube

### 3.3. Muestra de los 13 videos

1. TXP: ¡Bienvenidos! COMUNICACIÓN - FES Acatlán	- <a href="https://www.YouTube.com/watch?v=qKRRQf7Nglg">https://www.YouTube.com/watch?v=qKRRQf7Nglg</a>
2. TXP: Como elaborar un plan de vida - COMUNICACIÓN - FES Acatlán	<a href="https://www.YouTube.com/watch?v=4Y1-FpPkyPI">https://www.YouTube.com/watch?v=4Y1-FpPkyPI</a>
3. TXP: Salud mental en cuarentena - COMUNICACIÓN - FES Acatlán	<a href="https://www.YouTube.com/watch?v=VMYvZIL0Ea0">https://www.YouTube.com/watch?v=VMYvZIL0Ea0</a>
4. TXP: Los mejores tips para redacción- COMUNICACIÓN - FES Acatlán	<a href="https://www.YouTube.com/watch?v=lckC5hrYcAQ">https://www.YouTube.com/watch?v=lckC5hrYcAQ</a>
5. Cápsula TXP: ¿Cómo hacer una buena entrevista? con la profesora: Lety Urbina- Comunicación	<a href="https://www.YouTube.com/watch?v=dsDN41x0Em8">https://www.YouTube.com/watch?v=dsDN41x0Em8</a>
6. TXP: Plan de vida profesional - COMUNICACIÓN - FES Acatlán	<a href="https://www.YouTube.com/watch?v=FYEGdVWXHG4">https://www.YouTube.com/watch?v=FYEGdVWXHG4</a>
7. TXP: Tips para escribir un buen guión	<a href="https://www.YouTube.com/watch?v=j6eUyFhmVKc">https://www.YouTube.com/watch?v=j6eUyFhmVKc</a>
8. TXP: Instrumentos de investigación - COMUNICACIÓN - FES Acatlán	<a href="https://www.YouTube.com/watch?v=dzYoDI0c7jQ">https://www.YouTube.com/watch?v=dzYoDI0c7jQ</a>
9. TXP: Plan de vida Familiar - COMUNICACIÓN - FES Acatlán	<a href="https://www.YouTube.com/watch?v=qvYCZVL-wms">https://www.YouTube.com/watch?v=qvYCZVL-wms</a>
10. TXP: ¡10 Técnicas de estudio! - COMUNICACIÓN - FES Acatlán	<a href="https://www.YouTube.com/watch?v=nseDQOqS58U">https://www.YouTube.com/watch?v=nseDQOqS58U</a>

---

---

11. TXP: ¡Felices Fiestas!	<a href="https://www.YouTube.com/watch?v=_i79D8Em_3Q">https://www.YouTube.com/watch?v=_i79D8Em_3Q</a>
12. TXP: RECAPITULACIÓN - COMUNICACIÓN - FES Acatlán	<a href="https://www.YouTube.com/watch?v=i4IBq_d16LU">https://www.YouTube.com/watch?v=i4IBq_d16LU</a>
13. TxP SE DESPIDE- Generación 2017- COMUNICACIÓN - FES Acatlán	<a href="https://www.YouTube.com/watch?v=YF8C-DLh1H0">https://www.YouTube.com/watch?v=YF8C-DLh1H0</a>

## Capítulo cuarto: Manual para videos en YouTube para TxP

El programa de TxP surge para ayudar a los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación en la FES Acatlán, principalmente en cuestiones académicas. Lo cual se realiza al involucrar a estudiantes de los últimos semestres como tutores de los recién ingresados a la carrera.

El programa de TxP cuenta con estudiantes con algunas limitaciones: la primera, es que no todos tienen las mismas posibilidades económicas lo cual dificulta la grabación de videos, debido a que las cámaras, micrófonos, iluminación y computadoras pueden resultar una inversión difícil de costear; la segunda, es que los tutores permanecen de uno a tres semestres en el programa de TxP, por lo que hay una constante rotación y es difícil especificar las características de los equipos de grabación y edición.

Para ofrecer una guía a los futuros tutores, este manual, tratará de manera general sobre el equipo de grabación y alternativas gratuitas para la edición porque no todas las computadoras pueden ejecutar los mismos programas, de tal manera que aquí se enfatiza en la organización para elaborar videos y en el funcionamiento de YouTube y no tanto en la postproducción, por lo explicado en el párrafo anterior.

### 4.1. Uso educativo de vídeos

En la actualidad la educación ha presentado bastantes complicaciones, pues ya no solo debe lidiar con los problemas comunes a los jóvenes, sino que la misma estructura educativa se ha modificado a raíz de la pandemia por el Covid-19 en el mundo. Motivo por el que algunas escuelas tuvieron que trasladarse a una educación a distancia.

Tal y como informa la redacción de Milenio (2020, pág. 1):

La Secretaría de Educación Pública (SEP) informó este viernes que a partir del lunes 23 de marzo y hasta el 17 de abril, se llevará a cabo el programa "Aprende en Casa por TV y en Línea", con el objetivo de cumplir con las recomendaciones de la Secretaría de Salud ante la pandemia de coronavirus.

Ante este escenario, se observó que, desde la suspensión de actividades escolares en México, los estudiantes de educación básica han tenido esa posibilidad en los medios de comunicación masiva, no obstante, para el caso de las universidades el

panorama es otro, pues al requerir de una formación más específica, se optó en por impartir las clases a través de videollamadas con los docentes.

Como informa el INEGI en la Encuesta para la Medición del Impacto COVID-19 (2021, pág. 9) los estudiantes tuvieron clases a distancia: el 52.4% uso computadoras portátiles, el 33.4% celulares inteligentes, el 12.9% computadora de escritorio y 1.2% Tablet. Lo que muestra que en este nivel educativo el uso del internet predomina por encima de la televisión.

La Universidad Internacional de la Rioja (2020, p. 1) refiere que el uso de la web en la educación presenta las siguientes ventajas:

- Ayuda a desarrollar la autonomía, la iniciativa, la creatividad y la motivación: Internet ofrece un mayor acceso a la información, tanto complementaria sobre las lecciones que se abordan en clase como enfoques y temas nuevos con los que el alumno puede seguir aprendiendo sobre una materia de forma autónoma.
- Favorece la interactividad y la cooperación: fomenta la comunicación entre los miembros de la comunidad escolar y crea entornos de debate que sirven para enriquecer el aprendizaje.
- Es una vía para facilitar la enseñanza no presencial, bien porque los alumnos viven lejos de los centros educativos o porque puntualmente no pueden acudir.

Con base en esta información se intuye el porqué, programas como el de Tutorías por Pares necesitaban trasladarse al entorno digital, pues permitió llegar a un mayor número de estudiantes de la FES Acatlán, por el uso amplio que se le da al internet en la educación superior y a su vez servir como un acompañante para resolver y apoyar a la comunidad universitaria en sus dudas durante este periodo.

Por lo que la producción de TxP se enfocó en las redes sociodigitales, fue YouTube uno de los que mantuvo un periodo de trabajo constante, se crearon 13 videos durante el semestre 2021-1. En donde se tocaron temas de interés para los estudiantes de la licenciatura en Comunicación. Con respecto al video Jiménez (2019, p. 19) menciona que:

El video tiene la capacidad de narrar historias o transmitir información mediante la sucesión de imágenes y sonidos, su segmentación de narración puede ser de corta y larga duración, aunque la narración corta es la que más se utiliza, el videoclip y los videos educativos son un ejemplo de narrativa visual corta y a

través de ellos se transmite información que requiere de una breve atención por parte del espectador.

Por lo anterior, los videos que se realizan en YouTube no superan los 10 minutos de duración, además de esto es conveniente seguir algunas recomendaciones de la plataforma, enfocándose en la temática del canal. Sobre los canales educativos YouTube (2021, pág. 1) recomienda:

- **Pertinencia:** los espectadores quieren ver vídeos excelentes todo el año. Sin embargo, en el caso del contenido académico, la demanda suele aumentar en épocas concretas, como cuando se realizan los exámenes de selectividad o hay oposiciones. Te recomendamos que uses Google Trends y que recuerdes cuándo se produjeron eventos importantes durante tu propia experiencia o formación.
- **Presentación:** crear una serie o un programa con publicaciones programadas puede ayudar a crear un hábito entre los espectadores, de forma que vuelvan a ver más vídeos. Aprovecha tus conocimientos para diseñar un itinerario de formación o un plan de estudios que cumpla necesidades u objetivos formativos específicos en relación con un tema, y elabora una lista de reproducción a partir de ahí. Puedes emplear los títulos y las descripciones para numerar los vídeos en una secuencia que resulte fácil de seguir. También puedes incluir vídeos de otros canales.
- **Branding:** te recomendamos que diseñes tu serie con un aspecto, estilo, título, descripción, personalidad y calendario coherentes. Por ejemplo, si las miniaturas tienen un diseño visual similar, los espectadores podrán distinguir al momento qué vídeos forman parte de una serie.

#### **4.2. Temas de TxP: Motivaciones, Hábitos de estudio y plan de vida**

Desde la creación del programa de TxP de la licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán, se ha planteado como una herramienta de apoyo para los estudiantes, principalmente de los primeros tres semestres. Ante esto los tutores y el consejo tutorial han establecido una serie de temáticas que puedan brindar ayuda a la comunidad. Establecieron para el primer semestre la motivación, para el segundo los hábitos de estudio y para el tercero el plan de vida.

*Motivación (Primer semestre).*

Al inicio de una carrera universitaria, es común que los estudiantes presenten inseguridad sobre la decisión que tomaron, las habilidades que poseen, incluso, la transición de bachillerato a universidad que puede generar problemas de adaptación a la licenciatura o a la forma de trabajo; lo que puede ser una amenaza de forma directa al desempeño del estudiante, pues al presentar dudas se vuelve vulnerable ante el desinterés y distracciones que pueden llegar a interferir con las obligaciones académicas. Motivo por el que TxP centraliza la atención en motivar a estos estudiantes.

Morón (2011, p.1) expresa que la motivación está compuesta de necesidades, deseos, tensiones, incomodidades y expectativas. Constituyen un paso previo al aprendizaje y es el motor del mismo. Ante esto, es necesario conocer a la comunidad de primer semestre para establecer una estrategia pertinente de motivación con base en la identificación de problemáticas por parte de los tutores del semestre.

En el informe del plan de Tutorías por Pares en Comunicación de la FES Acatlán (2021, p.83), los tutores presentaron como observaciones de una sesión virtual que los tutorados presentaban inquietudes referentes a las becas, campos formativos y opciones de intercambio que ofrece la institución. Otra cuestión que genera incertidumbre en la comunidad universitaria son las clases a distancia o en modalidad mixta y la dificultad de generar identidad con la universidad y la licenciatura. Según informa la Gaceta UNAM (2021, p. 21):

Las clases se normalizarán gradualmente a lo largo del semestre 2022-1 y se irá ajustando el aforo conforme avance el plan nacional de vacunación. Esto implica que continuarán las clases a distancia y gradualmente se estarán incrementando las actividades presenciales. Se dará prioridad a la reanudación de actividades clínicas, prácticas y experimentales en grupos reducidos, respetando el aforo máximo establecido por cada entidad académica.

Se pueden considerar que estas temáticas sean tocadas en los videos para que los estudiantes tengan de manera asincrónica una fuente confiable de orientación acerca de las dudas que se les presenten.

*Hábitos de estudio (segundo semestre).*

Para el segundo semestre el equipo de TxP proporciona información a los tutorados sobre los hábitos de estudio. Respecto a esta temática Hernández, Rodríguez y Vargas (2012, p.1) mencionan que:

El hábito de estudio requiere fuertes cantidades de esfuerzo, dedicación y disciplina. Pero también se alimenta de impulsos que pueden estar generados por expectativas y motivaciones de la persona que desea aprender. Por ello es necesario entender que el proceso de aprendizaje es complejo y requiere de una adecuada planeación y organización del tiempo.

Mejorar el aprendizaje y el rendimiento académico de los estudiantes, especialmente en la educación superior, juega un papel esencial en el proceso de desarrollo de la sociedad. La motivación de los estudiantes es crucial por lo que hay que desarrollar un mejor entendimiento de los factores de la motivación académica

Para dar continuidad al trabajo realizado en el primer semestre, los tutores muestran herramientas y proporcionan consejos a los estudiantes, principalmente para tener un mayor control y rendimiento de la vida académica durante la universidad. Por ejemplo, en periodo semestral 2021-2, los contenidos y sesiones virtuales frente a grupo fueron:

- a. **Cursos y talleres de la FES Acatlán:** La UNAM y la FES Acatlán durante los periodos semestrales ofrecen una variedad de opciones para participar en actividades extracurriculares. Las cuales suelen estar enfocadas en temas culturales, deportivos o académicos con la finalidad de complementar las habilidades y formación de los estudiantes. Mostrar a los estudiantes estas alternativas pueden ser beneficiosas para la motivación y hábitos de estudio. como señala Pozón (2017, p.144) son “una sana distracción y relajación de las responsabilidades académicas. Esto trae consigo a su vez que el alumno, cuando

debe volver a concentrarse en sus estudios lo haga con una mejor actitud, lo que puede repercutir en un mejor desempeño académico.”

- b. **Procrastinación:** Un problema que suele presentarse con frecuencia entre los estudiantes a lo largo de la vida académica son las distracciones, motivo por el que se posponen algunas actividades, no obstante, de manera controlada no son un factor de riesgo. Aunque en ocasiones esto puede desencadenar en lo que se conoce como Procrastinación crónica, Psicodex (2016, p.1) define a las personas que lo padecen como personas “conscientes de las consecuencias que comporta su tendencia a posponer: proyectos personales y profesionales estancados, recargos económicos, problemas de salud, oportunidades perdidas, excusas por inventar, disculpas por pedir. También tiene un elevado coste interno, que suele consistir en sentimientos de inadecuación, frustración, reacciones de ansiedad y baja autoestima. A pesar de conocer el precio a pagar, no logran ponerse en marcha”.
- c. **Salud Mental:** En cuestiones psicológicas, la procrastinación no es la única afectación que debe importar a los tutorados, pues con el ritmo de vida moderno es común que los estudiantes presenten periodos de ansiedad, depresión y otras dolencias emocionales. La Red de Universidades Anáhuac (2020, p.1) establece que: “La salud mental está sumamente relacionada con el ámbito social, ya que un espacio de convivencia estresante, excluyente y agresivo impide el buen desarrollo personal y profesional. Además del ámbito social, no debemos olvidar que también existen múltiples factores psicológicos y biológicos que afectan la salud mental de las personas”. Como tutores, no se tiene la capacidad de dar algún tipo de ayuda directa, pues no se cuenta con la capacitación necesaria, no obstante, mediante información, se puede dar a conocer estos problemas a los tutorados y se les puede canalizar a las instancias correspondientes.
- d. **Lugar de estudio:** De la misma forma en que es necesario tener una mente despejada ya sea con actividades extracurriculares o con el seguimiento clínico, también debe considerarse que el espacio físico donde se trabaja puede influir en el desarrollo académico. Universia (2020, p.1) establece que: “La incomodidad es una excusa perfecta para dejar de estudiar, por eso y para evitar que tu cabeza te proponga excusas constantemente, elegí un lugar que no te oponga resistencia y que te invite a pasar largas horas. Aspectos que

hacen a la comodidad son: buena iluminación (preferentemente natural), buena ventilación, silla cómoda que te permita tener una buena postura y una buena mesa o escritorio donde puedas tener a mano todo lo que necesitas”. Aunque debe considerarse que no todos los estudiantes tienen las mismas posibilidades en los hogares, por lo que los tutores deben buscar opciones sencillas que puedan ayudar a este tipo de estudiantes, por lo que crear material basándose en opciones sencillas y económicas de tener un buen espacio de trabajo, pueden captar buena audiencia.

- e. **Cronograma:** Algo que suele ocurrir de forma frecuente durante los semestres es que las tareas y proyectos sean demasiados, por lo que algunos pueden olvidarse o posponerse de forma indefinida, lo que puede provocar que se pierdan oportunidades de tener una buena calificación al final de los cursos. Para evitarlo Sánchez (2015, p.1) recomienda la elaboración de: “un cronograma de actividades, que es simplemente un calendario en el que estableces los tiempos en los que realizarás el proyecto, una tarea, o un conjunto de actividades a trabajar o desarrollar [...] El cronograma se hace presente generalmente en el desarrollo o gestión de proyectos, lo importante del cronograma es que plasma cada una de las tareas y fechas previstas desde el principio hasta el final de las actividades que se van a realizar”.
- f. **Apuntes:** Este elemento puede ser pasado por alto, pues la mayoría puede considerar que es algo que ya conocen y dominan, pues desde la educación básica de manera mecánica se suele tomar notas de las clases, lo que explican los profesores es transformado en texto en las libretas. Santos (2021, p.1) explica que “tomar apuntes en clase no consiste en plasmar por escrito todas y cada una de las palabras que el profesor dice en su explicación sino en recoger los puntos principales de manera que seamos capaces de recordar la información importante cuando estemos estudiando”, por lo que es recomendable que tutores y tutorados conozcan del tema.
- g. **Citas:** En una licenciatura, como la de Comunicación en la FES Acatlán, la búsqueda continua de información es una actividad recurrente, ya sea para las materias enfocadas en la investigación o para la elaboración de guiones. Sin importar el uso que se le dé a la información consultada, es importante aprender a dar crédito al material de terceros. Para identificar en qué momentos se debe citar, podrían considerarse las recomendaciones de Del

Valle (2017, p.1) quien sugiere que “1. Cuando estoy copiando literalmente el texto de algún libro, revista, blog, etc. Se debe poner el texto entre comillas, en cursivas o con otro tipo de letra y cita la fuente de acuerdo al estilo que te pidan o de tu preferencia. 2. Cuando estoy parafraseando un texto se cita la fuente. 3. Cuando la idea o teoría planteada es de otra persona se debe citar la fuente.”

- h. **Matrices de doble entrada:** según la necesidad que se tiene de consultar varias fuentes de información para elaborar proyectos, es útil que los estudiantes conozcan métodos para poder procesar la información que obtengan en las búsquedas. Una de las opciones más usadas para este fin es el cuadro o matriz de doble entrada que el Portal Académico CCH (s.f., p.1) señala que “es un tipo de operación de registro que permite organizar y sistematizar información a partir de columnas horizontales y verticales que concentran y relacionan la información que se ha obtenido a partir de una lectura”.
- i. **Exposiciones:** La habilidad oral y la capacidad de expresarse frente a grupos de personas son competencias básicas en la formación de un comunicador, motivo por el que las exposiciones son recurrentes durante el trayecto de la licenciatura en comunicación. Ante esta necesidad de que los estudiantes puedan realizarla sin problemas, algunos contenidos pueden estar dirigidos a recomendaciones para ayudar a los tutorados eliminar esos problemas.

Con estas temáticas se busca que los tutorados durante el transcurso del semestre aprendan y desarrollen habilidades para mejorar la forma en que se desempeñan en el semestre. Estas herramientas son de utilidad durante toda la estancia en la universidad, por ese motivo es que durante el semestre, TXP se centra en los hábitos de estudio para que en el tercer semestre se enfoque en la temática de plan de vida.

#### *Plan de vida (tercer semestre)*

Para el tercer semestre, con los estudiantes más adaptados a la licenciatura y con el avance de la misma, las preocupaciones y dudas de los estudiantes cambian y están enfocadas al inicio del desarrollo profesional. Al tener cada vez más cerca la elección de un campo de formación a finales del 6° semestre, el servicio social, prácticas profesionales y, a pesar de ser algo lejano, las inquietudes sobre las formas de titulación comienzan a surgir.

Resolver las dudas de los estudiantes en estos temas, puede sincronizarse con las inquietudes de los estudiantes de primer semestre, para dar un panorama detallado de las opciones académicas que ofrece la FES Acatlán a la licenciatura en Comunicación. Esto es posible porque el 1º y 3º semestres se cursan en el mismo periodo, por lo que no causa conflictos a las planeaciones de TxP.

El trabajo con tercer semestre, no se limita a dar información sobre estos aspectos académicos. Desde semestres anteriores a los tutorados se les orienta sobre las decisiones y planes a futuro, mediante la elaboración del Plan de vida, herramienta que se centra en organizar la vida a futuro.

Lo primero que se debe considerar respecto al plan de vida en cualquier modalidad, es que se deben proponer metas en cada uno de estos. Las metas se dividen en tres tipos de periodos, a corto, mediano y largo plazo. Esta clasificación sirve para comenzar a organizar las prioridades, para planificar qué acciones y en cuánto tiempo se debe realizar para conseguirlas.

Suárez (2018, p. 507) menciona que esto debe estar enfocado a que las personas:

- 1- Sean capaces orientar las acciones en función de determinados valores, vivir es esencialmente una empresa ética.
- 2- Aprendan a actuar con responsabilidad: significa básicamente hacerse cargo de las consecuencias de las propias decisiones, reconocer que no se está solo y que hay otros con los que se puede convivir.
- 3- Desarrollar actitudes de respeto: ser capaces de compartir y aprender a aceptar las diferencias, esperar del otro y de uno mismo lo que realmente se puede dar, aceptar las posibilidades y limitaciones individuales y grupales.
- 4- Construir un proyecto de vida debe estar basado en el conocimiento y en la información: sobre el propio sujeto, sus intereses, aptitudes y recursos económicos; sobre las posibilidades y expectativas del núcleo familiar de pertenencia y sobre la realidad social, económica, cultural y política en la que se vive.

Con este contexto, se puede pasar a la siguiente clasificación, pues un plan de vida puede estar centrado en los ámbitos personal, familiar y profesional. La estructura es similar en todos los casos, se modifica solo el enfoque y objetivos que se plantean en cada uno.

**Plan de vida personal:** El plan de vida personal contempla las expectativas y proyectos que se busquen de manera individual, como pueden ser la compra de algún bien, viajes e incluso de actividades deportivas o recreativas.

**Plan de vida familiar:** Al estar en una edad previa a la vida adulta es común que se necesite plantear cómo es que estará conformada la vida familiar en los próximos años, volverse independiente, con una pareja o seguir en casa de familiares. Incluso la posibilidad de hijos debe ser considerada incluso si es a largo plazo.

**Plan de vida profesional:** El profesional entre los estudiantes universitarios puede resultar más interesante, pues aquí se pueden contemplar planes para la titulación, cursos externos y posibilidades de trabajo a mediano o largo plazo.

### 4.3. Política editorial

En el apartado anterior se elaboró un repaso sobre las temáticas que se trabajan durante los semestres por los integrantes de TxP, dentro de las que cada generación tiene libertad para dar una perspectiva sobre los mismos. No obstante, se debe recordar que el programa de tutorías en la licenciatura es un programa institucional en la UNAM, por lo que se deben seguir ciertas condiciones con respecto a la política editorial.

Tavares (2017, p.1) destaca que:

La política editorial establece las metas editoriales de la empresa, define el mercado, concreta el segmento dentro del mercado y confirma el compromiso con los objetivos. El hecho de tener claramente definida la política editorial y concretado el segmento de mercado proporciona ventajas claras en la

actuación diaria: en la selección de autores y obras; en el conocimiento de la competencia y las oportunidades de mercado, en el ajuste preciso de las actuaciones (estrategias-planificaciones).

El público meta del programa de Tutorías por pares son los estudiantes de la licenciatura en comunicación de la FES Acatlán que cursan del 1° al 3° semestre. Es decir, que las publicaciones deben estar orientadas a los gustos de jóvenes entre los 18-25 años de edad, motivo por el que tener un tono sumamente serio no es buena opción; de tal manera que los tutores en turno tienen la libertad de expresarse de acuerdo a sus gustos, ya que rondan el mismo rango de edad. Es necesario recordar que la libertad no es absoluta, pues el contenido que se elabora debe estar bajo las condiciones de la legislación universitaria, las normativas de YouTube y algunas recomendaciones internas en TxP.

Como base principal de la interacción con los estudiantes siempre debe estar presente el respeto, a pesar de usarse un lenguaje no tan formal, las redes sociales permiten el diálogo directo con los usuarios y aquí se debe ser cuidadoso con los horarios de respuesta para evitar malos entendidos. De igual forma se debe ser discreto con los posibles datos o inquietudes personales que los tutorados puedan dar a conocer a los tutores de TxP, quienes deben canalizar estas situaciones al coordinador de tutorías para que se tomen las decisiones pertinentes.

En cuanto a las normas que impone la plataforma YouTube, se debe tener principal cuidado con el contenido de terceros, por lo que cada vez que se requiera usar música, imágenes o videos no creados por el equipo de TxP lo mejor es verificar si es posible usarlo y las condiciones que imponga el autor de la obra.

También es importante ser cuidadoso de la información y datos que se exponga en los videos, lo que puede prevenirse con las citas y la verificación de las fuentes consultadas, las que pueden incluirse al final del video, aunque también se tiene la opción de integrarlas en la descripción de los videos para que cualquier usuario pueda verificar y profundizar más en los temas tratados.

Al momento de redactar y revisar los guiones es prudente que antes de aprobarlos se revise la veracidad de la información y errores ortográficos, posibles malos entendidos

o bromas. Ofender o calumniar a un tercero puede generar problemas al canal, pues YouTube puede considerarlo como lenguaje de odio, lo cual puede generar un strike (avisos). Sobre estos, Google (2021, p.1) informa que el proceso es el siguiente:

### **Primera falta**

Si es la segunda vez que determinamos que tu contenido incumple nuestras políticas, se te aplicará una falta.

Eso quiere decir que, durante 1 semana, no podrás:

- Subir vídeos, emisiones en directo o historias
- Crear miniaturas personalizadas o publicaciones en la pestaña Comunidad
- Crear, editar o añadir colaboradores a listas de reproducción
- Añadir o quitar listas de reproducción de la página de visualización mediante el botón "Guardar"
- Mostrar un tráiler durante un estreno
- Dirigir a los espectadores de una emisión en directo a un estreno o viceversa
- Recuperarás todos los privilegios automáticamente cuando transcurra una semana, aunque la falta permanecerá en tu canal durante 90 días.

### **Segunda falta**

Si se te aplica una segunda falta en un plazo de 90 días desde la primera, no podrás publicar contenido durante 2 semanas. Si no se producen más problemas, al cabo de esas 2 semanas recuperarás automáticamente todos tus privilegios. No obstante, las faltas no caducarán hasta 90 días después de haberse aplicado.

### **Tercera falta**

Si acumulas tres faltas en el mismo periodo de 90 días, eliminaremos tu canal de forma permanente de YouTube. Como ya hemos mencionado, las faltas no caducarán hasta 90 días después de haberse aplicado.”

Las limitantes no se quedan únicamente en las impuestas por la plataforma, como ya se mencionó, la UNAM y el propio programa de TxP de igual forma disponen de ciertas condiciones para el contenido que se crea. La función principal es la de mantener una relación constante de respeto con los tutorados, algo que se debe priorizar en todo momento.

Además, se puede anexar uno de los principios de la tutoría entre pares expresado por Torres Lima (2020) respecto a los tutores, donde se establece que durante su estadía en el programa deben evitar asumir un rol enfocado a la psicología y trabajo social, por lo que su labor debe limitarse a la ayuda en temas relacionados a contenidos académicos y de adaptación escolar; sin embargo, cuando un estudiante dé a conocer algún problema fuera de la tutoría, el equipo de TxP tiene otros recursos institucionales para atender esos caso.

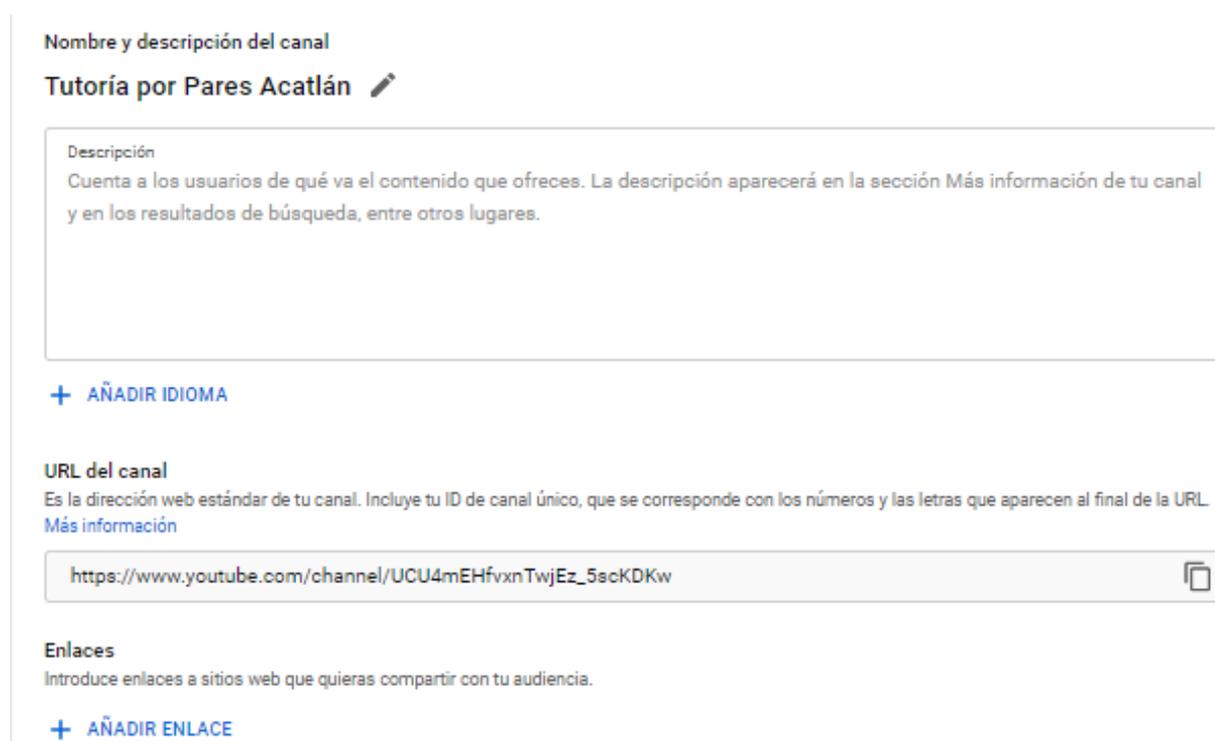
#### **4.4. Identidad**

En la actualidad, el contenido que se puede encontrar por internet supera lo que una persona pueda consumir en toda la vida por lo que se vuelve complicado captar la atención de los usuarios. Por este motivo cualquier persona, marca o proyecto que busque posicionarse en el panorama del público debe conseguir diferenciarse del resto. Esta diferenciación se busca para la presencia dentro y fuera de la internet.

Cada usuario y canal debe buscar estrategias para identificarse, lo que se denomina identidad, la cual Molina (2019, p.1) define como una expresión de personalidad o marca ante los usuarios, la cual está conformada por una colección de componentes visuales como colores, símbolos, palabras y diseños.

En la plataforma YouTube, cada usuario registrado cuenta con la posibilidad de crear su contenido y compartirlo con otros, lo que genera que la cantidad de canales que circulan por la red sea enorme. Ante un escenario como este, el tema de la identidad se perfila en un rol primordial, ya que ayuda en la distinción del resto de opciones dentro de la plataforma. Las herramientas con las que se puede lograr generar son diversas, entre las que se encuentran:

**Nombre del canal:** Todo canal de la plataforma tiene la posibilidad de elegir el nombre con el que otros usuarios puedan encontrarlos. Esta parte da juego a la creatividad. Si ya se cuenta con antecedentes de cuentas en otras redes socio digitales o que el canal sea una extensión para alguna asociación, empresa o proyecto, lo mejor es dar continuidad. Usar el mismo nombre en todas las redes hará que las personas interesadas puedan buscar entre las plataformas sin dificultades. Adicionalmente, se puede añadir una pequeña descripción para mencionar el tipo de contenido que se ofrece en el canal.



The image shows the 'Nombre y descripción del canal' (Channel name and description) settings page on YouTube. At the top, the channel name is 'Tutoría por Pares Acatlán' with an edit icon. Below it is a large text area for the channel description, with a placeholder text: 'Cuenta a los usuarios de qué va el contenido que ofreces. La descripción aparecerá en la sección Más información de tu canal y en los resultados de búsqueda, entre otros lugares.' There is a '+ AÑADIR IDIOMA' (Add language) button below the description. Underneath is the 'URL del canal' (Channel URL) section, which includes the text 'Es la dirección web estándar de tu canal. Incluye tu ID de canal único, que se corresponde con los números y las letras que aparecen al final de la URL.' and a 'Más información' (More information) link. The URL field contains 'https://www.youtube.com/channel/UCU4mEHfvxnTwjEz\_5scKDKw' and has a copy icon. At the bottom is the 'Enlaces' (Links) section, with the text 'Introduce enlaces a sitios web que quieras compartir con tu audiencia.' and a '+ AÑADIR ENLACE' (Add link) button.

Fig. 4.1. Nombre del canal

**Foto de perfil y portada:** Estas opciones son bastantes similares al punto anterior, ya que cada canal puede usar las imágenes que mejor considere. En el caso de la foto de perfil, es importante considerar que es la imagen principal con la que los usuarios podrán identificar al canal, por lo que una opción factible es colocar un logotipo. Para la foto de portada se tiene mayor libertad, algunos canales optan por subir una imagen que tenga relación al contenido, pero para darle una mayor utilidad alguna de las opciones son promocionar las otras redes sociales o incluso los horarios de publicación de los videos.

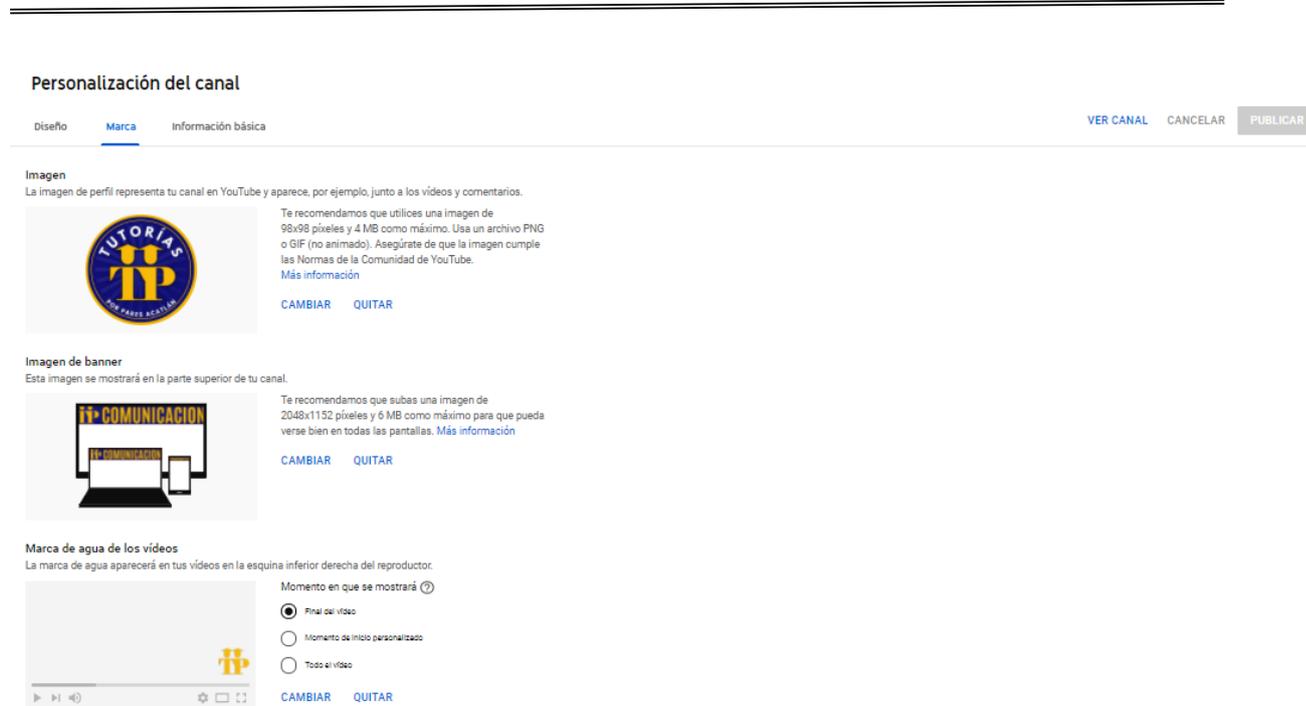


Fig. 4.2. Foto de perfil y portada (JCM, 2021)

Sin importar la opción que se use, es importante recordar las dimensiones que deben tener estos elementos: para la imagen de perfil debe ser cuadrada con una dimensión de 800 x 800 píxeles y para la de portada, el archivo debe ser rectangular con dimensiones de 1235 x 338 píxeles, estas medidas deben respetarse para evitar que alguna sección de la imagen se corte. También es importante recordar que los formatos compatibles son JPG, BMP, PNG y GIF, aunque de este último se debe contemplar que no se aceptan gifs animados.

**Listas de reproducción:** Esta sección quizá no aporte mucho a la identidad general del canal, no obstante, le puede dar un valor agregado al contenido. Cuando se publican videos con una frecuencia constante, es común que los videos vayan quedando fuera de la vista de los usuarios, para evitar que ocurra esto, se puede hacer uso de las listas de reproducción, clasificando los videos por temas o incluso se pueden crear temporadas de producción para que a los usuarios les sea más fácil localizar algún contenido que sea de interés.

Las listas de reproducción quedan almacenadas y pueden ser compartidas mediante enlaces, por lo que si se desea compartirlo en otras redes socio digitales o con algún usuario en específico puede hacerse sin tantas complicaciones. Lo que las vuelve una opción viable y que aporta estética al perfil del canal.



Fig. 4.3. Listas de reproducción (JCM, 2021)

**Sección de comunidad:** Esta función de YouTube, al igual que los comentarios son una oportunidad para interactuar de manera más directa con los usuarios que están suscritos al canal. El tono con el que se redacta y el tipo de publicaciones pueden ser un elemento que aporte a la identidad, pues se puede dar el caso de que los usuarios identifiquen al canal solo por lo que está escrito. En esta sección se pueden publicar textos, imágenes videos cortos y encuestas que pueden ayudar no solo a estrechar lazos, también puede arrojar información sobre los usuarios y sus gustos, sugerencias e incluso la inconformidad sobre el material que se sube.

No obstante, hay que tener en cuenta que esta sección no se encuentra disponible para todos los usuarios, según Google (2021, p1):

Los creadores que tengan más de 1,000 suscriptores pueden acceder a las publicaciones de Comunidad. La pestaña aparecerá como máximo 1 semana después de superar ese umbral. También puede estar disponible en otros canales a medida que continuamos probándola.

Si tu canal cumple con los requisitos para acceder a la pestaña Comunidad, pero no la encuentras, habilita los diseños de canal personalizados. Sigue estas instrucciones para cambiar este parámetro de configuración desde una computadora. Debes habilitar el diseño personalizado para que la pestaña Comunidad sea visible.

**Video destacado:** Esta función es de bastante ayuda para darse a conocer con los usuarios que entren al perfil del canal, ya que un video puede ser reproducido de manera automática. Esto suele ser usado para presentar el video más reciente y tenga más difusión. Otra opción bastante usada suele ser la de crear un video exclusivamente como presentación a modo de tráiler o explicando las temáticas del canal.

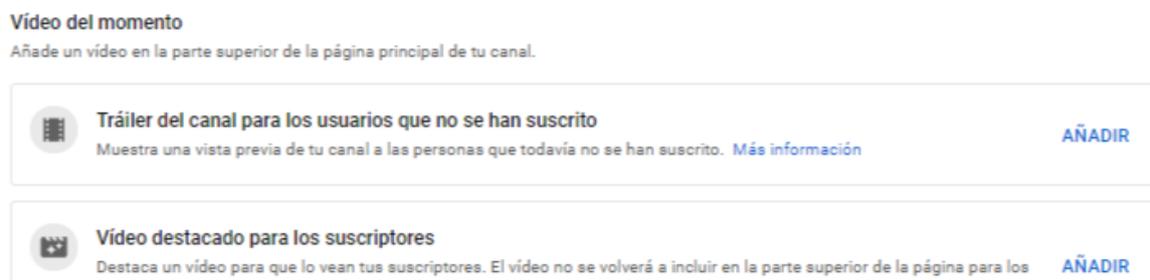


Fig. 4.4. Video destacado (JCM, 2021)

**Canales relacionados:** Como parte de la identidad no sólo influye lo propio de un proyecto, también es importante dar un contexto de lo que se encuentra alrededor, pueden ser canales de instituciones, de los integrantes o de algún proyecto similar que se encuentre en la plataforma. Esta sección no es tan esencial, por lo que puede ser omitida.

**Acerca de/Más información:** En esta sección es posible añadir más información sobre el canal, por ejemplo, los objetivos, metas, una breve descripción e incluso poner las direcciones de otras redes socio digitales con las que cuente el programa. Además, la propia plataforma añade la fecha de creación del canal y el número de reproducciones con las que cuenta, para que los usuarios puedan consultarlo.



Fig. 4.5. Acerca de/más información (JCM, 2021)

## YouTube Shorts

Es una opción que permite editar y subir videos cortos verticales con una duración de hasta 60 segundos. La función principal es captar a los usuarios que usan con mayor frecuencia smartphones para navegar en la plataforma. En TxP puede usarse como un recurso para dar avisos, noticias o comunicados sobre proyectos complementarios al programa, además que puede ser una alternativa para difundir los contenidos que se crean en otra plataforma de formatos similares, como pueden ser Tiktok e Instagram. Es importante siempre verificar las normativas de derechos de autor de cada plataforma, pues, aunque en una no se presenten problemas, las diferencias podrían generar una falta.



Fig. 4.6. YouTube Shorts (JCM, 2021)

Esta función gratuita de YouTube aún se encuentra en desarrollo, aunque ya puede ser usada por los usuarios, se limita al uso en dispositivos móviles, pues para crear y publicarlos debe usarse la app YouTube de Android o IOS. Sobre la subida se recomienda usar el #Shorts, que aumenta la posibilidad de que el video sea recomendado a los usuarios. Sobre esto YouTube (2021, p.1) añade que:

En este momento, los usuarios pueden encontrarlos presionando **Shorts**  en la parte inferior de la app de YouTube o en las siguientes secciones:

- Página principal de YouTube
- Notificaciones
- Suscripciones
- Contenido destacado en tu canal de usuario
- Presionando un Short y desplazándose para mirar más videos cortos

## Colores

Son demasiados los factores que ayudan a generar una identidad ante los usuarios, algunas incluso pueden pasar desapercibidas, como, por ejemplo, el color. Al ser un elemento con el que constantemente tenemos contacto, puede no parecer la gran cosa, pero son un reforzador potente. En la vida cotidiana si a una persona se le menciona el color verde y cafeterías, rojo y refrescos, azul y joyería, es muy probable que de inmediato respondan con una marca, demostrando que solo con eso ya puede ser identificable un proyecto.

Los colores son de importancia para identificar el canal, por lo que es útil recurrir a una guía para identificarlos. Los Pantone es una manera simple de hacerlo, pues los colores que se usan bajo este sistema son referenciados con un código único para poder replicar el color exacto. Con esta medida se facilita que varios editores con distintos equipos logren trabajar con mayor exactitud, pues al no depender de la percepción humana, el riesgo de cometer errores en este parámetro disminuye.

Un elemento sobre el que se debe tener atención y evitar descuidar, es que YouTube es una plataforma principalmente visual, ya que desde su pantalla de inicio se aprecian demasiadas imágenes, siendo los perfiles de los canales y las miniaturas las que cubren esa sección. Por lo que desde ese punto los colores pueden ser un factor para que los usuarios reproduzcan un video.

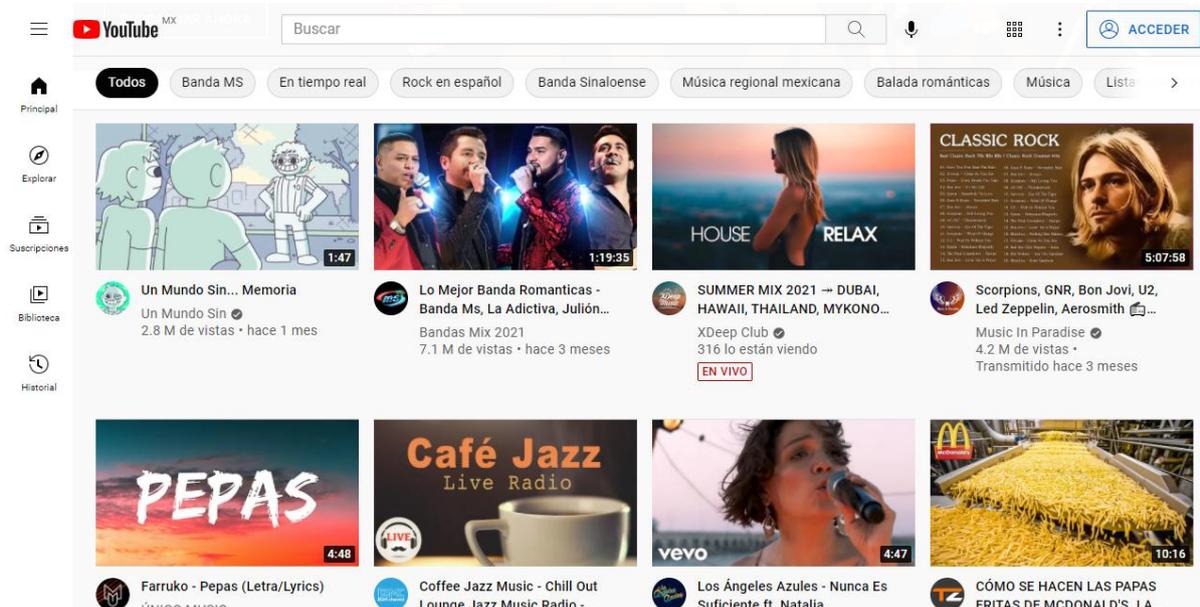


Fig. 4.7. Inicio YouTube (JCM, 2021)

Es recomendable ser cuidadoso con temas como lo puede ser el color, pues no todas las personas tienen la misma percepción, por lo que la opción más viable es considerar el contexto y la audiencia como grupo, para que la elección de colores identifique al proyecto con mayor precisión.

Tutorías entre Pares Comunicación, al estar íntimamente relacionado con la UNAM, integra a su identidad los colores característicos de la institución el azul y el dorado. Por lo que estos colores deben predominar en los perfiles. En TxP el dorado que se usa es el #F7BA09, mientras que el azul puede ser identificado como #051272. Al estar en medios visuales, es normal que se requiera de una diversidad de colores mayor a 2, por lo que también pueden ser considerados, sin omitir a los principales, las siguientes variantes.

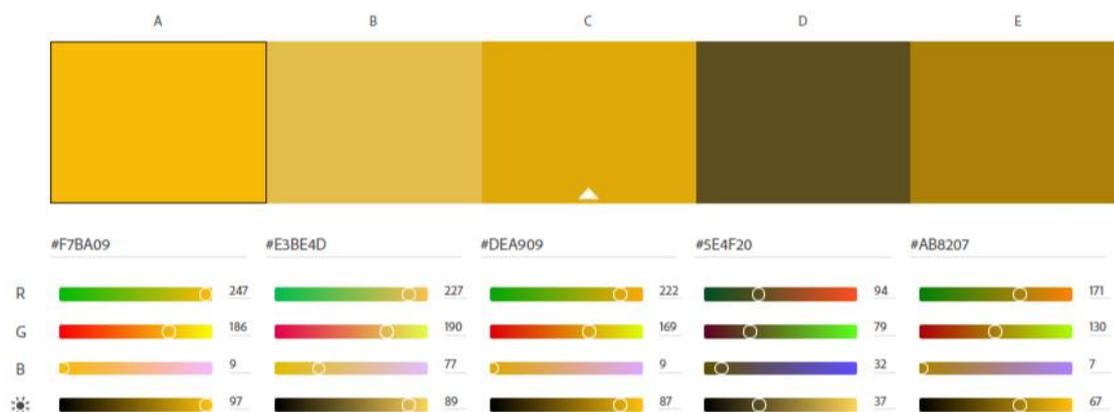


Fig. 4.8 Dorado usado en TxP (JCM, 2021)

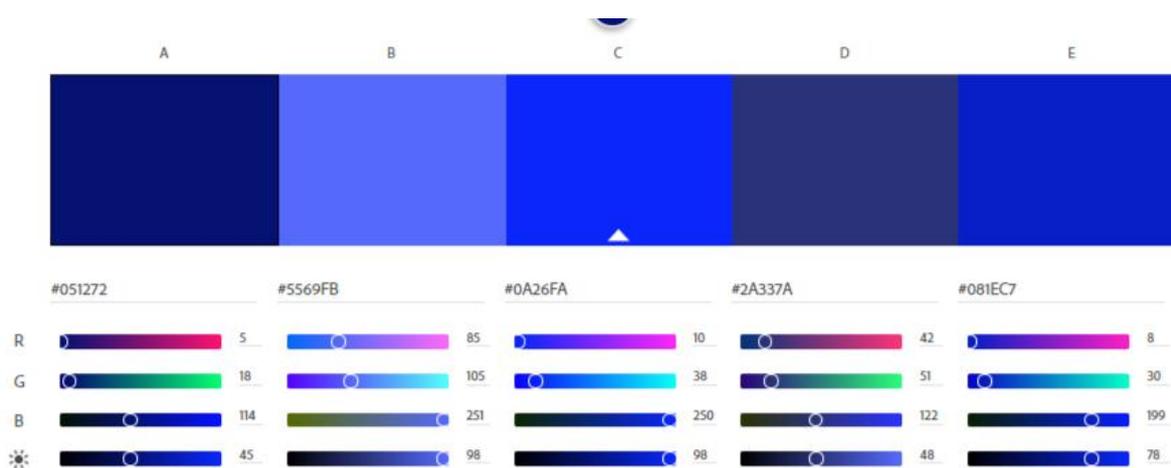


Fig. 4.9. Azul usado en TxP (JCM, 2021)

Con estos colores se pretende mantener una relación directa con la UNAM y la FES Acatlán, para que los estudiantes elaboren esta conexión de manera más inmediata. Lo que contribuye a la credibilidad y confianza que los tutorados desarrollen durante el tiempo que se trabaja con ellos, a su vez que los contenidos obtienen mayores posibilidades de ser consultados.

El canal de YouTube de TxP, de manera general, debe priorizar los colores anteriores, no obstante, también es necesario abrir la posibilidad de añadir otras variantes, principalmente para evitar una saturación que pueda incomodar a los usuarios que visualizan los contenidos. Para ello se recomienda la siguiente gama de colores, principalmente para su uso en fondos o en el texto, aunque según las necesidades del contenido, también puede optarse por otra selección y utilidades.



Fig. 4.10 Fondos para usar en TxP (JCM, 2021)

## Logotipos

Los colores no son lo único que puede servir para dar un impacto trascendental a la audiencia, en la parte visual se puede reforzar mediante una imagen que suelen ser trazos simples o dibujos no tan complejos. El objetivo de la simpleza es que la imagen pueda ser reproducida de manera fácil en distintos ámbitos, ya que esa imagen será la representante del proyecto.

Las representaciones gráficas que utilizan las empresas y proyectos para la identidad que quieren presentar ante el público no es una sola, ya que se presentan algunas variantes. Un aspecto que debe considerarse es que estas diferencias en mayor medida están dadas para clasificarlas por los elementos que coinciden, por tanto, en un proyecto puede utilizar solo uno y si se consideran la necesidad, se pueden contemplar las variantes. Para determinar la mejor opción es conveniente conocer las diferencias:

- Logotipo: De todas las que se mencionarán, esta es de la que se tiene un mayor conocimiento y uso. Los logotipos se encuentran conformados por un diseño tipográfico que caracteriza a una marca, lo mejor es que se diseñe una tipografía propia, para darle una mejor diferenciación y evitar confusiones con alguna otra marca.

- b) Isotipo: A diferencia del anterior, los isotipos se caracterizan por no necesitar de tipografías, ya que el elemento principal es la representación a través de un icono, también puede denominarse como dibujo. El diseño que se plantea debe pensarse con la intención de que con solo esta representación la identidad del proyecto logre expresarse y ser identificable por los usuarios.
- c) Imagotipo: En algunas ocasiones se decide que la mejor opción es usar ambos, en caso de que los elementos puedan funcionar por separado, recibirá el nombre de imagotipo
- d) Isologo: Al igual que en el caso anterior se da al combinar un isotipo y un logotipo, con la diferencia de que los elementos no pueden funcionar por separado

Es conveniente que las personas involucradas en TxP conozcan estas diferencias, pues al representar parte de la identidad del programa, es bastante común que se requiera utilizarlos y al tener definidas las particularidades de cada uno, es más fácil que se pueda determinar cuál es la mejor elección para cada caso. Para YouTube el uso de estos elementos es de bastante ayuda, por lo que tiene una opción directa para poder usarlo en los videos, para ello es necesario que:

1. Iniciar sesión en la cuenta de Tutoría por Pares Acatlán (es importante verificar que se cuenta con los permisos para modificar el canal de YouTube, de caso contrario contactarse con los administradores del canal).
2. En el menú principal de YouTube, buscar la sección de tu canal en la parte superior derecha
3. Seleccionar la pestaña de Personalizar canal
4. En la nueva ventana que se despliega dirigirse a marca
5. Al hacer clic, se mostrarán tres opciones, la que se requiere es Marca de agua en los videos
6. Sobre esta sección se cuenta con diversas formas de personalización, entre ellas que el isotipo o logotipo aparezcan:
  - a) Al final del video
  - b) Momento personalizado
  - c) Todo el video

7. También hay una opción que permite cargar el isotipo o logotipo, es importante recordar que este no debe tener ningún fondo y debe estar en formato png para evitar fallos con el uso en los videos.

### **Lenguaje en el canal**

La identidad, tanto de una persona o proyecto, no se limita únicamente a la parte visual, lo cual es más notorio cuando se debe comunicar constantemente con otros, bajo esta perspectiva, la forma en que se dirige y trata a los usuarios se vuelve un elemento al que se le debe prestar atención, principalmente porque es algo tan común que puede hacer que se le pierda el cuidado.

Para el caso de TxP se debe recordar que está bajo las normativas de la UNAM y de YouTube, por lo que es conveniente leer la política editorial, la cual está orientada en una comunicación de respeto con los usuarios que visualizan el material que se produce en YouTube.

Además, los videos suelen tener un par de particularidades, los saludos y los recordatorios constantes durante el transcurso del material que el usuario está viendo, elementos que vuelven al lenguaje parte fundamental de la identidad, pues lo conveniente es que cada canal establezca la forma particular de hacerlo.

Los saludos pueden parecer algo sin importancia, pues a pesar de que no aportan de manera directa al contenido, es una buena forma de que los tutorados que visualizan los videos puedan identificar al canal, esto beneficia también a canales como el de Tutorías por Pares Acatlán, en donde los estudiantes frente a cámara cambian con regularidad, pues estandariza la presencia del equipo de tutores.

Godoy (2021, p.1), en el periódico El país, elaboró una nota donde se destaca que los creadores de contenido en la actualidad dependen bastante de los saludos, pues termina siendo una manera sencilla de conectar y establecer ambientes de pertenencia con los seguidores y con las actuales formas de consumo, únicamente se cuentan con 5 segundos para captar la atención de los usuarios.

Dada la intención que tiene TxP de ser un espacio de los estudiantes de la licenciatura en comunicación de la FES Acatlán, se infiere que establecer un saludo para los videos debe ser considerado por los tutores en turno, pues al tener como público objetivo a una comunidad tan cercana, es útil hacer uso de estrategias que permitan fortalecer estos vínculos.

#### **4.5. Proceso de producción de videos**

##### *Preproducción*

Los videos y el contenido multimedia de manera general han permeado los hábitos de consumo gracias al desarrollo tecnológico generado en los últimos años. Una persona promedio puede ser consumidora de contenido a través de los medios tradicionales (Radio, televisión y cine) y de canales más modernos que se han desarrollado en la internet (redes socio digitales y plataformas de streaming).

La accesibilidad de contenidos no ha sido el único cambio importante, la sofisticación de herramientas tecnológicas (smartphones y computadoras) han incentivado la evolución de los usuarios. Por ejemplo, los dispositivos móviles actuales cuentan con cámaras que asemejan la calidad de cámaras semiprofesionales; cuentan con la capacidad de navegar por internet, lo que permite cargar y descargar material multimedia; con algunas limitaciones, pero con algunas apps gratuitas y de pago es posible editar multimedia de forma intuitiva.

Los cambios en la forma de consumo de los usuarios han generado un nuevo fenómeno: el de los prosumidores, lo que implica una nueva dinámica en la elaboración de material audiovisual. Ya que modifica el papel pasivo que las audiencias llevaron a cabo durante años; ahora tienen la capacidad de ofrecer contenido propio en algunas plataformas que lo permiten. Jordán, Arias y Samaniego (2017, p.182). añaden que:

En YouTube se propone material con fines utilitarios; esto implica dos partes: el prosumidor como consumidor y la fusión-cooperación entre ellos; así aparecen los denominados “YouTubers”, término que se ha popularizado ante la influencia de determinadas personas para viralizar contenidos. Estas piezas son mediadoras en la práctica del usuario y la instauración de colectividades que moldean valores, formas de vida e inciden en el grado de aceptación o

rechazo de una marca. Para las corporaciones, las comunidades virtuales son muy útiles para promover la fidelidad del cliente.

Esto provoca que calidad se pueda ver perjudicada al priorizar la cantidad de videos producidos, esto puede ser provocado por diversos factores, los principales son que la gente no suele contar con un equipo que garantice una calidad correcta de audio y video, por otro lado, no todos cuentan con el conocimiento adecuado para manejar la información y contenido para videos. En consecuencia, es bastante común que en la plataforma YouTube se publiquen varios videos deficientes, con buena resolución de video y audio, contenido con alta calidad o carente de estos elementos.

### *Creatividad*

La creación continua de videos e incluso la falta de práctica al elaborar contenido para producir, puede generar complicaciones al momento de redactar un guion. Es importante saber sobrellevar esta problemática, pues de lo contrario pueden verse comprometidas las fechas de entrega.

La prioridad es hacerse consciente de que cada persona es diferente, por lo que será necesario plantearse diversas técnicas para fomentar la creatividad, hasta encontrar una con la que se logre sentir cómodo y mejore la capacidad de producción. Joachin (2016, p.1) señala al respecto que:

Muchos autores consideran la creatividad como un proceso, un conjunto de fases a seguir, ciertas características que debe tener una persona y, por supuesto, un proceso que dé como resultado algo que ha de ser nuevo, original y que ha de servir para resolver algún problema. Sin embargo, no hay una definición clara.

Si se comprende a la creatividad como un proceso, entonces se vuelve esencial la búsqueda de opciones para incentivar la aceleración del mismo y evitar posibles complicaciones a los cronogramas de TxP. Aunque parezca simple una actividad que puede contribuir a mejorar la capacidad de crear material audiovisual, es precisamente ser un consumidor de éstos. Al tener varios referentes de estilos visuales y de contenido, pueden servir de inspiración, aunque siempre se debe tener

cuidado de diferenciarse para evitar plagios, también pueden usarse algunas de las siguientes metodologías:

- a) **Método Kickstarter:** Este planteamiento surge para romper un bloqueo creativo a partir de preguntas para solucionar algunos conflictos, por ejemplo, ¿Cómo podría explicar este tema sin palabras?, ¿Qué pasa si junto estos dos temas?, ¿Qué pasa si comparo dos elementos?, ¿Cómo enfatizar en un tema sin ser repetitivos? Aunque esto no se limita solo a estas opciones, también permite el paso a ideas que normalmente no se consideran, suele ser de mayor utilidad para la creación de historias, por ejemplo, hay películas que surgen del ¿Qué pasaría sí?
- b) **Brainstorming/lluvia de ideas:** Esta opción es de utilidad cuando se trabaja con equipos grandes, pues requiere que se aporten muchas posibilidades para poder crear el producto audiovisual solicitado. Es recomendable que la participación se limite de 6 a 12 personas, relajarse y dar libertad a todos, escuchar atentamente a los participantes, evitar las críticas ya que la clave es generar muchas ideas, si se da el caso en que una idea no convenza del todo, es mejor dejarla pasar y cuando se dé pauta para descartar opciones dar argumentos para exponer el punto de vista.
- c) **Método Lingüístico:** Este método parte de la idea de usar al lenguaje como punto de partida, con el objetivo principal de buscar alternativas que comúnmente no se pensarían, por ejemplo, se busca dar soluciones creativas a partir de palabras que estén directamente relacionadas, búsqueda de sinónimos o en su defecto de traducciones o palabras en otros idiomas. Esta opción ayuda a profundizar y ampliar el conocimiento sobre un tema, para adquirir nuevos elementos que puedan ser de ayuda al proceso de creación.
- d) **Método de diagramación:** Una opción que sirve como un auxiliar confiable cuando se está trabajando con temáticas muy extensas o desconocidas, a partir de la ordenación sistemática se pueden establecer guías de información visuales con las que se vuelve más fácil localizar la información. En el proceso creativo tener este tipo de elementos puede ser de utilidad para establecer la relevancia de la información y cómo pueden ser tratados en un material audiovisual.

Como se planteó, las cuestiones creativas tienden, la mayoría de ocasiones, a ser subjetivas, por lo que es posible que las personas traten de usar otros recursos para incentivar el ingenio, tal como puede ser meditar, escuchar música, caminar, entre otras opciones. Lo importante en este apartado es incentivar a la actuación activa, ya sea planteándose con otros compañeros los temas o con la organización de información, eso ayuda a evitar caer en el error de quedarse estático, ya que con esa actitud se pueden comprometer los tiempos de entrega.

### **Formato de guiones**

Con las ideas en orden y con base en las necesidades del equipo de TxP, es momento de plasmar, en una serie de documentos, una guía durante el proceso de producción de los videos. En los equipos de trabajo se usan estilos diferentes, por ese motivo se hará un breve repaso de los elementos que debe tener cada guion, así como una propuesta para el uso en Tutorías por Pares.

El primer escrito que se sugiere usar es la redacción de un storyline para plasmar la historia completa (en caso de que sea un video narrativo) o la información tratada (cuando el video tiene una orientación más informativa), no obstante, la extensión no tiene que rebasar las 5 líneas de texto. Por lo que es tarea de los contenedistas contar con las ideas claras y organizadas para cumplir con las especificaciones mencionadas.

La elaboración del storyline ayuda a que el equipo de trabajo dimensione, comprenda las intenciones y los objetivos de la producción. Además, ayuda a mantener una visión constante, pues al ser un escrito pequeño es más probable que todas las personas involucradas estén conscientes de la dirección que se busca durante el proceso. Si se elabora correctamente este apartado, las complicaciones y cambios de último minuto se verán reducidas, ya que en caso contrario existe la posibilidad de que algún miembro perciba una equivocación y enfoque el trabajo a un rumbo que los responsables no solicitaron o consideraron.

Una vez que ya se concluyó con el storyline, se debe determinar cuál será el estilo del video para comenzar con la creación del guion. Aquí se determinan los elementos necesarios para la elaboración del video, desde los diálogos de los talentos,

escenografías y material audiovisual que se requerirá para obtener un buen producto al finalizar el proceso. Para un mejor trabajo existen 2 tipos de guiones que, aunque son similares, tienen funciones específicas, por este motivo es necesario conocerlos a detalle.

Los guiones dependen del estilo de cada persona, por ese motivo es común ver algunas variaciones, no obstante, se sugiere que en TxP se elabore una estandarización por lo que se harán algunas recomendaciones para que se consideren durante la elaboración:

a) **Guion Literario:** El guion literario tiene un mejor desempeño con producciones en donde se desarrollen narraciones, pero puede ser de utilidad en otras producciones. La escritura es parecida a la de los cuentos, aunque la estructura es distinta. Se redacta en líneas y párrafos que separan el contenido, de igual forma es importante que se contemple que en este tipo de guiones no se debe redactar ninguna indicación técnica y se propone que contengan lo siguiente:

1. **Portada:** debe contener el nombre del video a producir y nombrar al proyecto de Tutorías por Pares como creador. En la parte superior derecha debe estar el logotipo y en la parte inferior izquierda la fecha de entrega que hayan propuesto los tutores.
2. **Datos del equipo de trabajo:** al ser un equipo tan grande es recomendado que se registre a los tutores involucrados en la producción, de esta forma es más fácil localizarlos para alguna aclaración o simplemente para que el resto de los miembros sepan a quién dirigirse.
3. **Tipografía:** en los guiones que circulan comercialmente lo más común es ver el Courier y derivadas con un tamaño de 12 y un interlineado de 1.5, por lo que se sugiere esta.
4. **Márgenes:** para estos documentos el margen superior es de 1.3 cm y el inferior de 2.5 cm
5. **Numeración de páginas:** los guiones deben tener siempre una numeración para evitar confusiones al momento de grabar.
6. **Cabecera de escena:** las cabeceras especifican las condiciones físicas del lugar en donde se hará la grabación, para esto es necesario seguir

la siguiente estructura: Se debe señalar la ubicación, si es una escena en interior o exterior, darle un nombre específico a cada espacio donde se desarrollará la acción y especificar si debe realizarse de día o noche.

Por ejemplo:

INT. CAFETERÍA DÍA.

7. **Descripción de escena:** se busca dar un contexto de los elementos que aparecerán en las tomas tanto para la escenografía como para los talentos que aparecen en cuadro, cuando se menciona por primera vez a un personaje debe escribirse en mayúsculas y entre paréntesis dar una descripción física del mismo. Es primordial evitar lo relacionado con sentimientos y pensamientos de los personajes, solo escribir lo que pueda mostrarse en pantalla. Por ejemplo:

Podemos observar a nuestro protagonista HOMBRE (35 años, estatura media, complexión delgada), el cual se encuentra limpiando una mesa de la cafetería, su cara luce cansada, el lugar parecía vacío y con poca luz. Tras terminar deja los objetos de limpieza, recoge una mochila y procede a despedirse del DUEÑO (Hombre de 65 años, con el cabello canoso).

8. **Nombre y diálogos del personaje:** es necesario que todos los diálogos tengan escrito el nombre del personaje que lo interpreta, de igual forma deben estar centrados para que se diferencien rápidamente de las cabeceras y descripciones de escena. Por ejemplo:

DUEÑO

Oye, ¿No vas a cambiarte?

HOMBRE

No, no se preocupe. Solo quiero llegar a dormir a mi casa, no es necesario.

DUEÑO

Yo a tu edad, estaba lleno de energía, no esperes a verte como yo para hacer algo más que trabajar y dormir.

9. **Continuación de página:** Es recomendado tener cuidado con la manera en que terminan las páginas de un guion, pues no debe cortarse ningún diálogo y en caso de que sea una descripción de escena larga, lo mejor es trasladarlo a la siguiente página, aunque también está la siguiente señalización para dividir el texto; en la página que termina de

lado inferior derecho debe escribirse (CONTINUED) y en la que se retoma, debe colocarse en la parte superior izquierda lo siguiente

CONTINUED: .

- b) **Guion técnico:** Es similar al literario, pues cuenta con los diálogos de los personajes, no obstante, la estructura es en columnas, en donde se añaden las indicaciones para audio y video, elementos ausentes en el otro tipo. Estos guiones son usados por más personas durante la producción, pues el enfoque principal es servir como auxiliar para dar y recibir órdenes del productor, encargado de cámaras e incluso para la edición final del material, por lo que se debe ser cuidadoso de dar las instrucciones claras y correctas.

No. de escena	Plano	Canal de video	Canal de audio	Duración

1. **Portada:** La portada debe contener el nombre del video a producir y nombrar al proyecto de Tutorías por Pares como creador En la parte superior derecha debe estar el logo y en la parte inferior izquierda la fecha de entrega que hayan propuesto los tutores.
2. **Datos del equipo de trabajo:** Al ser un equipo tan grande es recomendado que se registre a los tutores involucrados en la producción, de esta forma es más fácil localizarlos para alguna aclaración o simplemente para que el resto de los miembros sepan a quién dirigirse.
3. **No. de escena:** Para llevar un mejor control sobre lo que se graba, es buena idea enumerar las escenas que se vayan a grabar, de esta forma será más fácil identificar y comparar con otros documentos como la escaleta y el storyboard.
4. **Plano:** Con esta especificación se dan las instrucciones necesarias para los planos de los personajes que encuadrar los encargados de las cámaras. En caso de que haya varias cámaras se deben enumerar junto con el encuadre requerido.

5. **Canal de video:** se dan las instrucciones sobre lo que se verá en la pantalla, tanto de lo que se va a grabar como de los materiales de apoyo que puedan requerirse, como videos y gráficos. Además, es necesario detallar los momentos de entrada y salida de estos elementos, a los cuales es mejor darles un nombre, mismo que se debe poner a los archivos que se usarán en edición, para mantener el control.
6. **Canal de audio:** Similar al de video, aquí debe registrarse lo que se escuche durante el video, suelen usarse recursos como música, efectos de sonido y también deben guardarse con un nombre establecido en el guion y los archivos.
7. **Duración:** Una opción para poder controlar el tiempo total del video, se hacen estimaciones de cuánto tiempo debe durar cada escena, con esto se pueden hacer modificaciones en la grabación o edición para cumplir con lo establecido.

### *Escaleta*

Este documento es un complemento para los guiones, pues sintetiza en forma de lista las locaciones que se deben realizar para iniciar el rodaje. Es una guía útil para los encargados de la producción. Por el contenido es más práctico de consultar para verificar en qué momento de las grabaciones se encuentra, además de facilitar conocer los recursos que se necesitan ya sean de personal como de utilería.

Al ser un formato más simple no es necesario elaborar una portada para la escaleta, no obstante, deben colocarse algunos datos para evitar confusiones o que se pierda. Lo que se recomienda es que en un recuadro en la parte superior de la primera página se coloque el nombre del video o proyecto, nombre del productor, fecha de la grabación y en la parte superior derecha el logotipo de TxP.

El formato del archivo debe ser en columnas donde se colocarán los datos por cada escena, no representa mucho trabajo, pues esta información se encuentra en los guiones, por lo que se recomienda usarlo para cada video que se elabore. Sobre la información que debe colocarse en las columnas es la siguiente:

- a) No. de escena:
- b) Locación

- c) Talentos
- d) Duración

### *Storyboard*

Es similar a la escaleta, no obstante, cambia el enfoque, pues la guía está más centrada en la parte visual. El documento puede ser horizontal o vertical según las características de cada proyecto y el tamaño de las ilustraciones. Igualmente debe contener un recuadro en la parte superior de la primera página donde se coloque el nombre del video o proyecto, nombre del productor, fecha de la grabación y en la parte superior derecha el logotipo de TxP.

Con respecto al contenido debe estar formado por rectángulos en donde con dibujos o fotografías se plasmarán en una imagen general de cómo se verán las escenas en el video final, por este motivo debe respetarse la forma. En caso de que el video sea fijo y no haya cambios de escenarios, también pueden realizarse representaciones de los encuadres que se elaborarán para tener presente lo que aparecerá en los fondos, de esta forma con anticipación se pueden detectar elementos que no aporten o compliquen la grabación. De igual forma en la parte inferior de cada recuadro debe colocarse el **número** de escena y la cabecera de escena.

### *Planeación*

Una vez que los guiones están terminados, es necesario que el equipo a cargo del proyecto se reúna y comiencen a planificar los tiempos y lugares de trabajo, principalmente para hacer más dinámico el momento de grabación, a la vez que sirve para definir el trabajo a realizar.

Es conveniente que desde esta etapa se consideren los complementos visuales y sonoros que se ocuparán para el video, con la finalidad de reducir la carga de trabajo en la parte final. Aquí deben considerarse los gráficos (intro, plecas, animaciones y créditos), las imágenes o videos complementarios y la música o efectos. Si bien es cierto que algunos de estos pueden conseguirse en internet, no todos son factibles, por lo que deben ser producidos durante la etapa de producción, para que todos los recursos estén terminados en tiempos similares y antes del inicio de la postproducción.

El paso más importante de esta parte del proceso será la elección de roles, ya que es conveniente que todos conozcan y puedan desarrollar las actividades que se estipulan para cada uno, pues existe la posibilidad de que en equipo de TxP haya rotaciones a lo largo del semestre.

En el programa de Tutoría por Pares resulta complicado mantener la misma cantidad de estudiantes en cada semestre, por lo que no puede elaborarse una fórmula exacta para definir cómo deben repartirse las responsabilidades, por lo que se elaborarán dos listas de roles. La primera con los que son obligatorios y la segunda con algunos roles secundarios, que en caso de que haya un equipo grande se pueda elegir otro estudiante, según las necesidades para elaborar los videos.

### 1. Roles obligatorios

Están pensados principalmente para grupos de trabajo pequeños de 4 o menos personas, lo ideal es que cada rol sea realizado por un tutor, no obstante, se pueden desempeñar varios, únicamente se debe considerar la carga de trabajo y presión, lo que puede comprometer la calidad al finalizar el proyecto. Las tareas impuestas son los siguientes:

- a) **Productor:** es la persona con mayor responsabilidad dentro del proyectos, pues debe supervisar que el proceso se lleve a cabo de manera correcta, es quien tiene la posibilidad de aprobar la calidad de los recursos y video final.
- b) **Guionista:** encargado de recabar y transformar la información para el video, es parte del primer proceso de creación, debe tener una relación estrecha con el productor para cumplir con los objetivos impuestos.
- c) **Talento:** es la persona que aparece en cámara o quien narra en voz en off, la mayoría de veces la participación está controlada, por lo que, el guion determina lo que debe decir, aunque también existe la posibilidad de que el productor le dé libertad para expresarse e improvisar. Si es frente a cámara se debe ser cuidadoso con la vestimenta y apariencia en general, pues la persona representará la imagen de TxP.
- d) **Editor:** es la última persona que participa en el proyecto, pues es la que se encarga de unir el material obtenido en la producción. También es quien añade

la música, efectos y en ocasiones realizar ajustes al audio e imagen para solucionar defectos de la grabación.

## 2. Roles secundarios

Cuando los miembros en TxP es numeroso, aumenta el número de personas dedicadas al canal, lo que provoca que se deban repartir más tareas para que todos tengan una asignada. Las siguientes sugerencias ayudaran a que la calidad de los videos aumente, pues son actividades enfocadas a cuidar los detalles durante la grabación y elaboración de recursos extra para la edición.

La elección de los **roles secundarios** no tiene un orden de importancia definido, pues la selección de éstos debe estar basada en las deficiencias que logren detectarse durante el semestre, pues incluso con falta de tutores si el problema es muy grave, a los responsables se les puede asignar alguna de las siguientes:

- a) **Audio o microfonista:** generalmente la mayoría de cámaras tienen una entrada para micrófonos, no obstante, la calidad del audio en ocasiones no es la mejor. Por este motivo es mejor grabar el audio de manera independiente con otro dispositivo, de esto se puede encargar una persona, el extra que puede ofrecer este rol supervisará en todo momento la calidad del audio para detectar problemas y solicitar volver a grabar al momento.
- b) **Camarógrafo:** Cuando no se realizarán tantas tomas o movimiento es posible prescindir de un encargado con un tripié o algún apoyo para la cámara. En caso de tener a una persona encargada se le pueden solicitar movimientos de cámara y cuidar los encuadres.
- c) **Asistente de producción:** como las tareas del productor están enfocadas en todo el proceso, en ocasiones puede necesitar ayuda para mantener el control de las actividades y pendientes, para esto puede seleccionarse a una persona que sirva como auxiliar.
- d) **Escenografía:** como parte de la preproducción en ocasiones se puede nombrar a una persona encargada de buscar los lugares para realizar las grabaciones, ya sea en locaciones o con una escenografía fabricada,

dejar esta tarea a una persona ayuda a reducir las tareas del productor, el trabajo que se realiza puede ser de ayuda para llenar el storyboard.

- e) **Continuidad:** hay ocasiones en que las tomas son pausadas y el equipo de trabajo mueva parte de la escenografía y se olvide grabar algo, incluso que haya algún error de diálogos; para prevenir esto una persona se puede encargar de llevar el registro y correcciones durante la grabación.
- f) **Gráficos:** para reducir la carga del editor una opción disponible es asignarle a un tutor la tarea de crear y buscar todos los complementos visuales y sonoros que se soliciten para la edición, como lo ideal es que esto se encuentre marcado en el guion es posible que este rol pueda se asigne desde el inicio para evitar problemas con los tiempos de entrega.

### *Producción*

En esta etapa, la organización es una de las prioridades, ya que aquí es donde se obtiene gran parte del material para el video, por ese motivo los errores pueden generar complicaciones para lo que resta del proyecto. Debido a esto, lo mejor es apoyarse de las planeaciones y documentos elaborados en la preproducción.

El rol del productor será de importancia, pues tendrá que supervisar el trabajo del equipo en todo momento de la grabación, de igual forma debe coordinar los tiempos y lugares a donde se debe acudir para el rodaje, para esta tarea la opción más adecuada es utilizar como referencia la escaleta, pues en esta se encuentran registrados el número y ubicación de las escenas. Con esta información debe determinarse cuántos días se requieren, considerar los traslados y complejidad del contenido.

Los talentos desarrollarán una función importante, dado que son quienes aparecerán frente a cámaras, por esto es recomendado que consulten con el productor sobre el estilo de la vestimenta, pues si se estaba considerando usar un fondo de color y se lleva ropa con tonos similares puede provocar que en pantalla no se note diferencia entre estos elementos o si se usará pantalla verde o azul con ropa de esos colores puede dificultar la edición. Adicional a esto, el repaso y memorización del guion

ayudará a que el proceso se vuelva más dinámico, pues los errores de pronunciación y otro tipo de errores entorpecen la continuidad.

Los camarógrafos y encargados del sonido igualmente tendrán peso en el material que resultará, por lo que se debe comprobar que logren tener un buen manejo con los equipos que se usarán, pues en algunas producciones se puede recurrir a la renta de equipo profesional, por lo que se puede dar el caso de que no se entienda por completo las funciones de los aparatos, para ello se debe practicar previo a las grabaciones o conseguir a una persona que pueda auxiliar con las dudas.

Los descansos en grabaciones largas son una opción para reducir el estrés y cansancio de los involucrados, pues si se continúa trabajando con el desgaste físico puede provocar una baja a la calidad del rodaje. Esta pausa también puede servir para hacer un breve repaso del material captado, para detectar fallos que puedan ser corregidos.

### *Postproducción*

Una vez que han concluido las grabaciones y ya se cuenta con los archivos obtenidos de las mismas, es momento de dar inicio a la tercera fase en una producción audiovisual, aquí se deben realizar las mejoras y correcciones pertinentes para que al final pueda entregarse un producto con una buena calidad.

En esta etapa es necesario distinguir dos tareas importantes a elaborar: el montaje y la edición que en algunos casos pueden llegar a confundirse. La primera está basada por el orden de las escenas y la narrativa que indique el guion para los fragmentos grabados. La segunda, son todas las correcciones que puedan requerirse, ya sea corrección de color, eliminación de ruido e incluso gráficos extras que se requieran para el producto final.

Las personas encargadas de estas actividades deben organizarse en la forma de trabajar, ya que son posibles varias formas: que se elabore el montaje por completo y después la edición; primero editar todos los archivos y luego el montaje o realizar ambas tareas a la vez. Para que los tutores puedan elegir la manera en que mejor se adapten, se elaborara una descripción más detallada de estas tareas:

- a) **Montaje:** lo importante es tener en cuenta la visión del productor y comprender el guion, pues la manera en que se presentan las escenas en el video puede modificar el mensaje, por lo que es fácil desviarse de los objetivos, no obstante, esta peculiaridad surge exclusivamente para trabajos narrativos. En caso de videos en donde el enfoque está más destinado a la información, los fragmentos solo tienen un orden, pues si se modifica lo que puede quedar de lado es la coherencia y no solo el mensaje. Mientras se ordena, se pueden seleccionar los clips que se usaran para el final, al hacer esto se puede evitar que se editen fragmentos que se descartarán y, por tanto, que se pierda tiempo.
- b) **Corrección de audio:** en ocasiones se logran filtrar ruidos externos que pueden afectar o molestar al escucharlo, para esto es necesario realizar una limpieza que elimine o disminuya la presencia de éstos. Se pueden hacer pequeños recortes al audio en donde no haya diálogos o sonidos que nos interesen, otra opción es aplicar algún filtro de los disponibles en diversos programas de edición, incluso para mejorar los resultados combinar estos dos elementos. En la edición de audio también pueden añadirse los efectos y la música, de igual modo controlar el balance del sonido para evitar fallos en el producto final.
- c) **Corrección de video:** al igual que ocurre con el audio, en ocasiones las tomas en las grabaciones captan cosas que no debieron y debe realizarse una modificación a los encuadres. Además de esto, en ocasiones, se realiza una modificación del color en las grabaciones, ya sea por estética o para reforzar el mensaje. De igual forma se pueden añadir transiciones y los gráficos.

Además de estos elementos que se mejoraran con la edición, se puede considerar la opción de subtítular los vídeos, una acción que podría ayudar en caso de que en la audiencia existan personas con alguna discapacidad auditiva y no solo eso, también sirve como ayuda para aquellos usuarios que consulten el material en lugares donde activar el audio de un video pueda ser un problema. Esta acción además no requiere de tanto trabajo, pues existen herramientas en YouTube y otras externas, mientras que las transcripciones pueden sacarse directamente de los guiones.

## 4.6 Consideraciones para publicar en YouTube

Una vez que se ha concluido con el proceso de producción de un video, es necesario considerar que la creación del material no es la única tarea que se tiene cuando se está cargo de un canal de YouTube que no es personal; se requiere subirlo a una plataforma de un tercero, en este caso al de TxP. Para ello es necesario adecuar una estrategia que permitan destacar el contenido para que haya reproducciones.

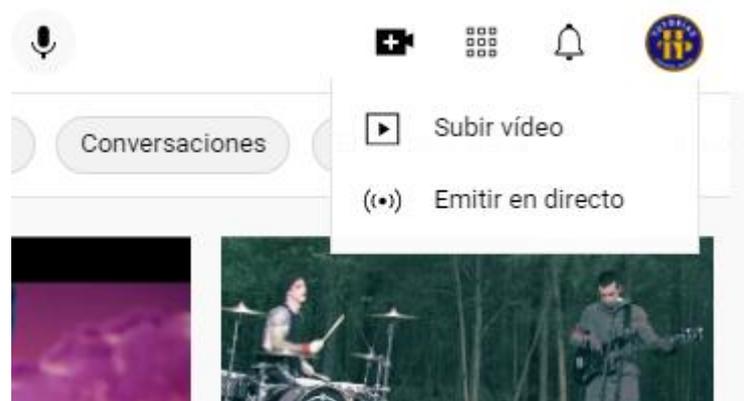
En la plataforma hay algunos factores que pueden ayudar a los canales a estar por encima de otros en la búsqueda, no obstante, también es responsabilidad del canal intensificar la presencia, para ello, es necesario considerar las siguientes acciones:

- a) **Horarios de publicación:** En realidad YouTube ofrece una libertad total sobre los horarios de publicación, por lo que no hay estipulada una hora o día en específico. Sin embargo, es factible que esto sea considerado, pues tener un horario fijo para publicar, ayuda a que los usuarios tengan conocimiento de en qué momento pueden visitar el canal para consultar el nuevo contenido, pues de lo contrario se puede crear una imagen de poca seriedad y pone en peligro que los tutorados consuman los videos. Para determinar los horarios lo más conveniente es consultar con regularidad las estadísticas para determinar en qué momento es adecuada la publicación, además como apoyo al canal se puede considerar informar a los usuarios en otras redes sobre los horarios de publicación.
- b) **Etiquetas:** Una herramienta que ofrece la plataforma es la posibilidad de usar etiquetas que, de forma simplificada, son palabras clave que pueden describir el contenido del video, la ventaja que otorga el uso de estas es que cuando un usuario realiza una búsqueda que coincida con las etiquetas se muestre el video con mayor facilidad. A estas etiquetas también es conveniente añadirle el nombre y siglas de TxP para que la relación entre el contenido y el proyecto sean más estrechas. El uso de las etiquetas debe ser controlado para que únicamente se usen las necesarias, ya que el video podría considerarse spam, principalmente si se detectan etiquetas sin relación real con el video.
- c) **Thumbnail/Miniatura:** Una ayuda visual que puede servir para llamar la atención de los usuarios, lo mejor es crear diseños llamativos, pero que logren sintetizar la información que se mostrará en el video, en ocasiones suele ser un apoyo para el título del video.

## Proceso de subida de videos a YouTube

Al igual que aprender a tener mejores herramientas durante el proceso de producción, es importante que se establezcan algunas consideraciones que le permitan al contenido obtener mayores posibilidades de destacar entre la multitud de contenidos, para que a su vez pueda ser más fácil para los tutorados localizar los videos.

1. El primer paso es iniciar sesión en la cuenta de Tutoría por Pares Acatlán (es importante verificar que se cuenta con los permisos para **administrar el canal de YouTube**, de caso contrario contactarse con los administradores del canal).
2. En la pantalla de inicio, dirigirse a la parte superior derecha en el icono crear y seleccionar subir vídeo, con esto se abrirá YouTube Creator Studio



4.11 Subir videos a YouTube

4. En la pantalla se desplegará un menú en donde puede arrastrarse el archivo que se subirá a YouTube.
5. Una vez que el archivo se carga, el menú se actualiza y da diversas opciones que servirán para personalizar el video, los campos obligatorios a rellenar son:



#### 4.12 Personalizar la subida a YouTube

- a. **Título:** Debe ser breve y captar el tema central del video y evitar falsas expectativas. En caso de que se siga una numeración o estilo determinado entre los tutores, se debe ser cuidadoso en seguirlo, para evitar desfases en el estilo y causar problemas a los usuarios para identificar el contenido.
- b. **Descripción:** Puede añadirse información extra, ya sea del video o del canal. Como el contenido está dirigido la sección de educativo, es importante fomentar la credibilidad de los videos producidos, se sugiere añadir fuentes o bibliografía para profundizar en los temas, en este apartado.
- c. **Miniatura:** Se cuenta con dos opciones, la primera es que se pueden usar las imágenes sugeridas por la plataforma de manera aleatoria y la segunda es que se puede subir una imagen para usarla. La segunda opción es la más recomendada, pues permite mayor libertad en el diseño, por lo que da un mejor control sobre el diseño que tendrá el canal, aunque puede resultar en un esfuerzo mayor.
- d. **Listas:** Una opción es añadir una lista de reproducción desde la publicación del video para evitar que, con el tiempo, se olvide añadirlo, las alternativas son agregar a una lista que ya esté en el perfil del canal o crear una nueva.
- e. **Audiencia:** Por las recientes normativas de YouTube respecto al contenido es importante aclarar que el video esté o no dirigido a niños, no solo por la audiencia a la que se dirigirá, pues un error podría poner en problemas al

canal, además de que tendría algunos aspectos restringidos, como son los comentarios y reproducción en segundo plano.

- f. **Contenido promocional:** debes señalarse si durante el video se va a mencionar a alguna marca, servicio/producto tras recibir un pago por la mención, en TxP al ser un programa educativo de la UNAM no es una prioridad buscar este tipo de actividad, por lo que solo alguna excepción podría ser considerada.
- g. **Capítulos automáticos:** pensado principalmente para videos de larga duración o donde se tocan temas diversos, pues al activar la opción se puede segmentar el video, para que los usuarios puedan identificar y ver la parte del video que les interesa. No es muy recomendable, dado que puede afectar los tiempos de visualización del canal.
- h. **Etiquetas:** Pueden usarse algunas palabras clave que ayuden a posicionar al video a partir de las búsquedas manuales, es primordial hacer uso únicamente de las necesarias y evitar usar palabras que no estén relacionadas, para que se considere spam
- i. **Certificación de subtítulos e idioma:** más allá de traducciones a otros idiomas, lo importante es destacar el idioma del video y ver los subtítulos como una opción para que usuarios con problemas auditivos o que quieran ver el video sin sonido, logren captar lo mencionado.
- j. **Licencia:** en esta se debe señalar que tipo de condiciones se tienen con el uso del video, la primera es la *Creative Commons* la cual permite que otros usuarios reutilicen el material subido, la otra es la estándar de YouTube, que permite la difusión en redes sociales y páginas web, por lo que la segunda es la opción más recomendada, para evitar usos indebidos de terceros sobre el material de TxP.
- k. **Categoría:** Se refiere al tipo de contenido que se trata en el video. Para el canal de TxP la opción más adecuada es Educación. Esta opción ayudará a que el algoritmo clasifique correctamente los videos y posicione al canal junto a otros similares.
- l. **Añadir tarjetas:** Si durante el video se busca hacer referencia sobre un material pasado puede añadirse una notificación para que los usuarios puedan redirigirse en ese momento o al final de la reproducción.

**Guardar o publicar:** Antes de que se publique el video, YouTube ofrece la opción de guardar el video como privado u oculto, esto puede servir para verificar las configuraciones anteriores e identificar algún fallo y corregirlo. También puede publicarse directamente o establecerse como estreno, para que la gente interesada pueda estar al pendiente de la publicación, esta opción puede ser de utilidad con videos especiales o temas importantes que se pueden ir anunciando durante las tutorías.

m. **Programar:** Esta opción puede servir principalmente para videos pesados, pues en ocasiones por la velocidad del internet, el video puede demorar demasiado, al tenerlo ya cargado la subida se simplifica, pues se puede configurar una hora y fecha para la publicación. Al igual que en la opción anterior es posible que se programe como estreno.

6. Guardar y esperar a que se termine el proceso de exportación

7. Para verificar si el video se subió correctamente puede revisarse en la sección contenido del canal

Contenido del canal								
Subidas <span>En directo</span>								
Filtrar								
<input type="checkbox"/>	Vídeo	Visibilidad	Restricciones	Fecha ↓	Visualizaciones	Comentarios	Me gusta (vs. No me gusta)	
<input type="checkbox"/>	 <b>¿Y mis planes a futuro? Aprende a realizar tu PROYECTO DE VIDA   TxP</b> Posiblemente estés lleno de sueños, planes y metas por cumplir, pero aún no entiendes cómo conseguirlo o por dónde comenzar. ¡En Tutorías por Pares t...	 Público	Ninguna	10 sept 2021 Publicado	4	0	100.0 % 1 Me gusta	
<input type="checkbox"/>	 <b>¿Qué es Tutorías por Pares?</b> Hola, conoce cómo es que el programa de Tutorías por Pares trabaja en Comunicación en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán.	 Público	Ninguna	6 sept 2021 Publicado	32	1	100.0 % 3 Me gusta	
<input type="checkbox"/>	 <b>Importancia de Plan de Vida</b> ¿Te has preguntado qué pasaré con tu vida? ¿Qué quieres ser de grande? o Cuáles son tus metas en la vida? Si no lo has hecho, deberías ya que en est...	 Público	Ninguna	3 sept 2021 Publicado	21	0	100.0 % 1 Me gusta	
<input type="checkbox"/>	 <b>Toma de decisiones</b> Hola tutorados, todos hemos tenido que tomar una decisión en nuestra vida, pero ¿Te has tomado el tiempo para tomarlas con seguridad?, en este video...	 Público	Ninguna	28 ago 2021 Publicado	30	0	100.0 % 1 Me gusta	
<input type="checkbox"/>	 <b>¿Qué esperar de la carrera de Comunicación?</b> Hola, te contamos qué vas a encontrar en la carrera de comunicación, así como en qué puedes trabajar. Además contamos con experiencias de...	 Público	Ninguna	20 ago 2021 Publicado	61	0	66.7 % 2 Me gusta	
<input type="checkbox"/>	 <b>Aspectos emocionales</b> ¿Te has preocupado por tu salud mental? Aquí unos consejos para sobrevivir al semestre. Siguenos en nuestras redes sociales: Tik Tok...	 Público	Ninguna	15 ago 2021 Publicado	26	0	100.0 % 1 Me gusta	
<input type="checkbox"/>	 <b>Bienvenido al semestre 2022-1</b> Bienvenido al semestre, bienvenido a Acatlán. Somos un equipo de estudiantes preparados para apoyarte. Siguenos en nuestras redes sociales...	 Público	Ninguna	6 ago 2021 Publicado	133	0	100.0 % 3 Me gusta	
<input type="checkbox"/>	 <b>Tips indispensables para el nuevo semestre</b> Hola, queridos tutorados y tutoradas, gracias por estar aquí en otro video más de TxP ya casi se terminan las vacaciones, ¿estás listo? 🙋 No te...	 Público	Reclamación de derechos	30 jul 2021 Publicado	20	0	-	

Fig. 4.13 Contenido del canal (JCM, 2021)

8. En esta sección pueden modificarse y consultarse algunos parámetros entre ellos:

- Nombre y descripción
- Enlace para compartir
- Descargar el video
- Eliminar

- e) Estadísticas
- f) Comentarios
- g) Visibilidad del video
- h) Porcentaje de me gusta y no me gusta

### **Normativas de copyright**

La facilidad con la que en la actualidad pueden descargarse materiales audiovisuales, libros y juegos en internet, ha provocado que se implementen diversas estrategias para reducir la piratería y plagio por parte de los usuarios, una de las medidas más conocidas son las normas sobre los derechos de autor y las limitaciones para poder usar algunos materiales, conocido como copyright.

Cada plataforma y red sociodigital establece la forma en que se regula y castiga el incumplimiento de las mismas, en el caso de YouTube se usa un sistema de faltas, la cual es adjudicada al canal por cada violación a las normativas de copyright, al tener activas 3 faltas se pone en riesgo al canal, pues YouTube puede tomar la decisión de borrar el canal de manera definitiva. Por este motivo es recomendado que todos los tutores conozcan el uso correcto de material de terceros.

En la internet circulan diversos archivos, algunos con mayores restricciones para el uso en producciones libres, la manera más simple de conocer si el material que se quiere usar cuenta o no con estas limitaciones, es necesario que se consulte la licencia que aparece en la mayoría de páginas web en donde pueden descargarse de manera legal. Las clasificaciones son las siguientes:

- 1) **CC BY (Reconocimiento):** permite que el material sea distribuido y mezclado, tanto para fines comerciales como de otra índole, con la condición de darle créditos al autor original.
- 2) **CC BY-SA (Reconocimiento compartir igual):** cuenta con algunas condiciones similares a la licencia CC BY, con la diferencia de que el autor original condiciona que las obras derivadas deben ser registradas con esta misma licencia, es decir que de igual forma otorgues derechos a otros usuarios de modificar tu obra.

- 3) **CC BY-ND (Reconocimiento sin obra derivada):** al igual que la anterior parte de la CC BY, no obstante, aquí se cuenta con la limitante de no realizar modificaciones a la obra original, mientras sea respetada esa condición el material puede ser usado incluso con fines comerciales.
- 4) **CC BY-NC (Reconocimiento no comercial):** esta licencia es más restrictiva en temas de finalidades del proyecto en el que se use la obra original, pues no permite que sea usada en fines comerciales, no obstante, se cuenta con la autorización de realizar modificaciones con total libertad.
- 5) **CC BY-NC-SA (Reconocimiento no comercial compartir igual):** parte de las condiciones impuestas en la CC BY-NC, pues igualmente permite que se modifique la obra original, mientras no se utilice en una obra comercial. Lo que añade esta licencia es que el producto derivado deba registrarse con estas mismas condiciones.
- 6) **CC BY-NC-ND (Reconocimiento no comercial sin obra derivada):** igualmente deriva de la CC BY-NC, no obstante, es la que cuenta con mayores restricciones, pues prohíbe el uso comercial y cualquier tipo de modificación, aun dando los créditos necesarios.

Para evitar conflictos de este tipo, lo mejor es desarrollar contenido propio y crear bibliotecas exclusivas para futuras generaciones de tutores, no obstante, por los tiempos no siempre darán los tiempos para su elaboración, además algunos materiales como la música son más complejos de elaborar, por lo que se dará una lista de recomendaciones para descargar material, aunque es recomendado revisar la licencia que tenga cada archivo, para comprobar cuáles son sus licencias.

Una de las necesidades que más se suelen presentar es de contar con varias imágenes y videos para alternar durante los videos, pues si no se usan el video puede tornarse tedioso, para ello se usan estos materiales, de forma tal que modifique y ayude a los usuarios a comprender mejor las temáticas tratadas. Dos páginas centradas en publicar un acervo bastante extenso de estos archivos son Pexels y Pixabay (también cuenta con música y efectos de sonido) en donde con el registro y solución de algunos captchas es posible acceder a la descarga.



[Inicio](#) [Descubrir](#) [Vídeos](#) [Lo más visitado](#) [Retos](#)

Fotos de stock gratis



Tendencias ▾

#### 4.14 Pexels



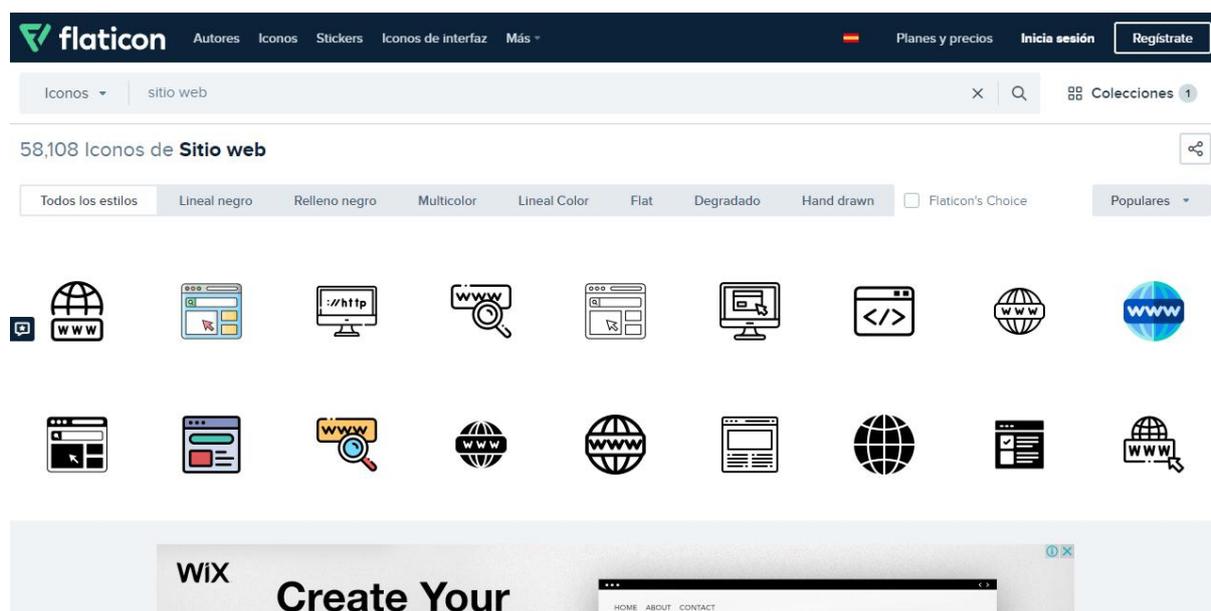
#### 4.15 Pixabay

Otro elemento que igualmente se suele ocupar mucho en la creación de videos es la música, que sirve de acompañamiento e incluso como recurso para intensificar el mensaje para los usuarios. Las preferencias para estos archivos es que sean únicamente instrumentales y de no ser necesario canciones no tan conocidas, pues, aunque se use únicamente la instrumental, se corre el riesgo de que los usuarios se distraigan. Para descargar, se recomienda Free Music Archive y Mixkit (que igual contiene algunas plantillas para video).

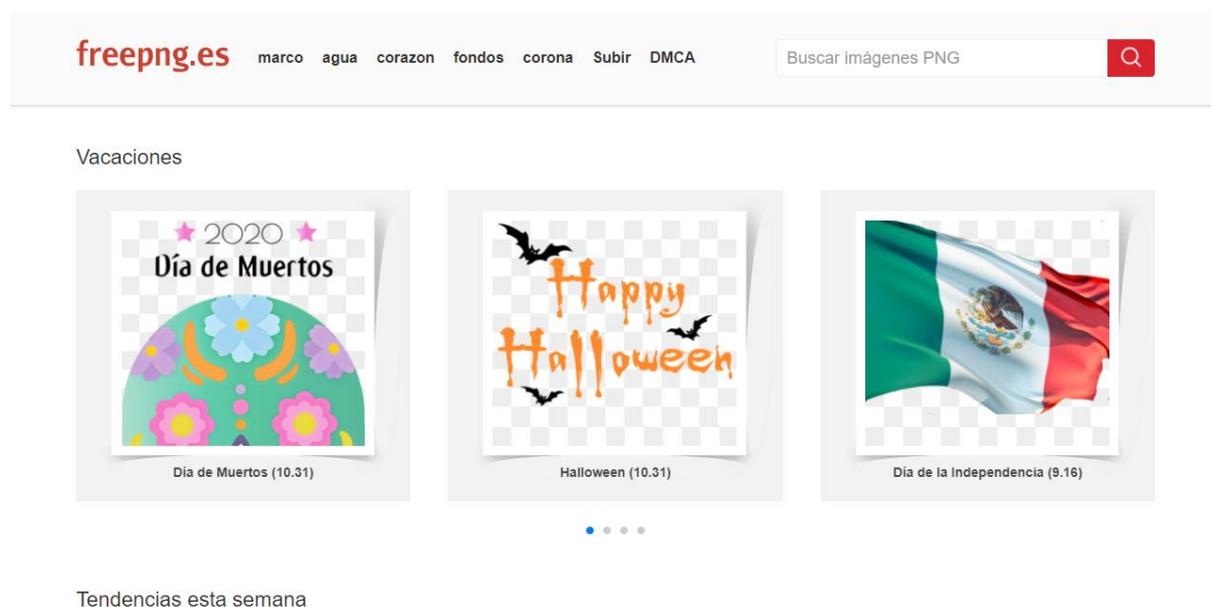
#### 4.16 Free Music Archives

#### 4.17 Mixkit

Como recursos extra que suelen ocuparse son algunos iconos vectoriales, ya sea para las redes sociales, para los gráficos e incluso para colocar en el video, este tipo de archivos en los buscadores principales en ocasiones se tornan difíciles de encontrar, pues no todos están en el formato adecuado (PNG). Por lo anterior es más recomendable buscar en páginas especializadas como Flaticon y Freepng.



4.18 Flaticon



4.19 Freepng

## Administración de un canal de YouTube

Tener un canal en YouTube no se limita a la producción y subida de videos, también es necesario llevar un seguimiento del desarrollo a través del tiempo para identificar la alza o baja de usuarios que consumen el contenido que se produce. Para esto la plataforma cuenta con un apartado, el cual es denominado como YouTube Analytics, donde se pueden consultar el rendimiento del canal. Acceder a estos datos es bastante fácil, solo es necesario:

1. Iniciar sesión en la cuenta de Tutoría por Pares Acatlán (es importante verificar que se cuenta con los permisos para modificar el canal de YouTube, de caso contrario contactarse con los administradores del canal).
2. En la pantalla de inicio, dirigirse a la parte superior derecha en el icono crear y seleccionar subir vídeo, con esto se abrirá YouTube Creator Studio.
3. En la sección izquierda buscar la sección de estadísticas y seleccionarla, a continuación, se desplegará un menú



#### 4.20 YouTube Analytics

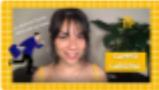
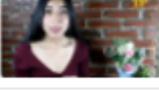
4. Sobre esta pantalla se pueden identificar 4 opciones para consultar los datos del canal:

- a) Vista general: en esta sección, por defecto, se muestran los datos de los últimos 28 días, aunque también puede configurarse a 7, 90, 365 o un periodo personalizado. La información que arroja es referente a las visualizaciones, tiempo de visualización y los suscriptores ganados en el periodo señalado. Así mismo, se ofrece un listado de los videos con mejor recepción.

Sobre este apartado algo que puede ser usado como referencia para futuros tutores, son los temas que generan mayor interés, por ejemplo, en el periodo del 26 de septiembre al 23 de octubre del 2021, los dos videos más vistos están enfocados al campo de formación de la licenciatura, tanto por el número de visualizaciones como por el tiempo en acumularlas. También se le puede dar importancia al video situado en el número 10 que

habla sobre el plan de vida profesional, que a pesar de que fue publicado en noviembre del 2020, sigue generando visitas.

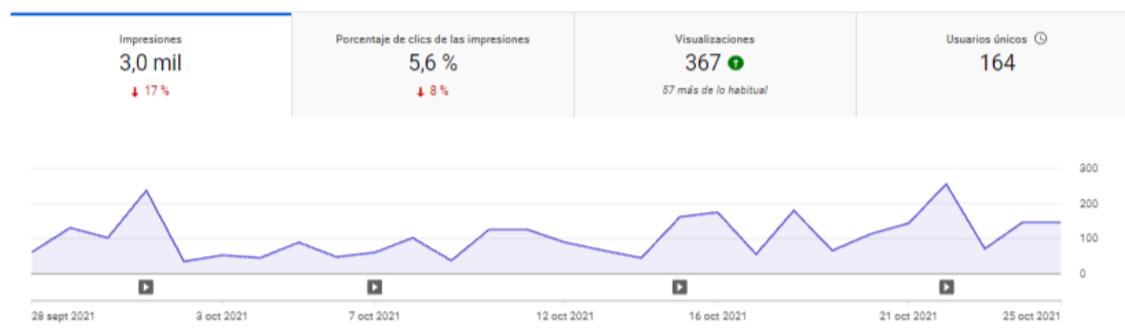
Con estas observaciones, se puede considerar darle un mayor espacio a estas temáticas, ya sea con videos extras o con transmisiones en donde se logre profundizar sobre las mismas, ya sea con información o invitados que puedan aportar y resolver dudas.

Vídeo		Duración media de las visualizaciones	Visualizaciones
1	 Comunicación y sus campos de formación   TxP 15 oct 2021	1:30 (36,2 %)	109
2	 Campo laboral para comunicólogos   TxP 7 oct 2021	1:17 (22,1 %)	56
3	 ¿Qué es Tutorías por Pares? 6 sept 2021	0:32 (58,5 %)	26
4	 ¿Y mi plan escolar? ¿Cómo empiezo?   TxP 1 oct 2021	1:14 (25,1 %)	24
5	 ¿Familiar? Plan de vida y la importancia de la familia   TxP 24 sept 2021	1:02 (33,7 %)	23
6	 Hábitos de bienestar emocional   Salud mental TxP 17 sept 2021	1:07 (35,7 %)	14
7	 OPCIONES DE TITULACIÓN   TxP 22 oct 2021 <a href="#">Video subido recientemente</a>	1:25 (46,7 %)	11
8	 Nos tenemos que despedir   Tutorías X Pares 11 jun 2021	1:49 (30,5 %)	9
9	 ¿Qué esperar de la carrera de Comunicación? 20 ago 2021	1:10 (35,4 %)	8
10	 TxP: Plan de vida profesional - COMUNICACIÓN - FES Acatlán 2 nov 2020	1:37 (52,2 %)	8

#### 4.21. Videos de TxP más vistos del 26 de septiembre al 23 de octubre del

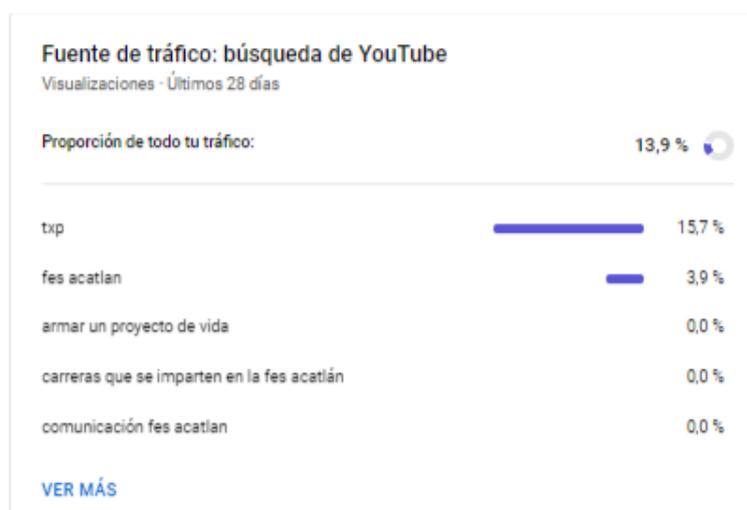
- b) Cobertura: aquí se detallan algunos aspectos que hacen que los usuarios tengan contacto con los videos del canal, tal como las impresiones (el número de veces que las miniaturas del canal aparecen en YouTube), porcentaje de clics sobre impresiones (la cantidad de veces que una impresión genera una

vista a un video), visualizaciones (genera comparativas del número de vistas generadas, para identificar el rendimiento) y los usuarios únicos (el número de usuarios que han visto los videos). Además de estas ofrece información sobre las fuentes de tráfico al canal.



4.22 Cobertura del 26 de septiembre al 23 de octubre del 2021

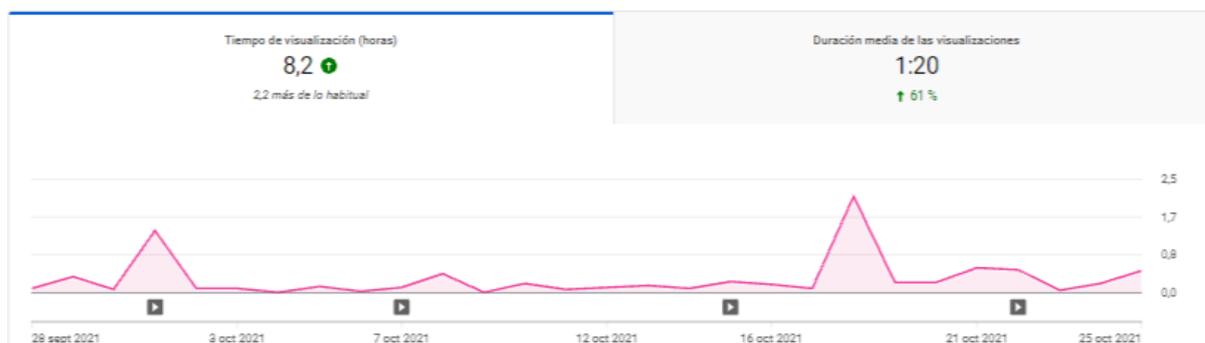
Estos datos sirven de referencia para saber como presentar los videos a los usuarios e incluso da indicios de cuáles son los que deben mejorarse, por ejemplo, en la imagen anterior se puede observar cómo el porcentaje de clics que producen las miniaturas del canal es baja, pues incluso comparado con el mes anterior los números son menores, por lo que los futuros tutores pueden buscar otro estilo para intentar mejorarlo. Por otra parte, algo que debe continuarse es etiquetar el video con TxP y FES Acatlán, pues son las palabras con las que más encuentran el contenido del canal.



4.23 Tráfico del 26 de septiembre al 23 de octubre del 2021

- c) **Interacción:** se muestra información referente al tiempo de vista de los videos, se puede conocer los tiempos de reproducción, la duración media de

reproducción de los videos, además de los picos y caídas de los videos que hacen referencia al momento de mayor atención o se deja de ver el video. En este aspecto el canal de YouTube de TxP tiene una mejora notable, pues las visualizaciones subieron 2.2 horas y la duración media tuvo un aumento del 61%, como puede observarse en la siguiente imagen.



4.24 Interacción del 26 de septiembre al 23 de octubre del 2021

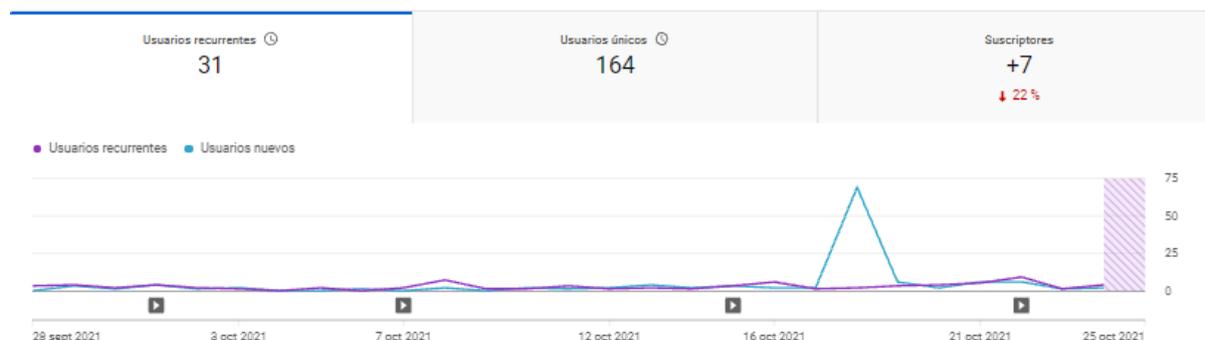
Otro dato relevante que puede obtenerse de esta sección es que los temas en video que han captado mejor la atención de la audiencia son referentes a los campos de formación, vida profesional y procrastinación que son los videos más destacados, pues las visualizaciones rondan los 2 minutos.



4.25 Momentos clave del 26 de septiembre al 23 de octubre del 2021

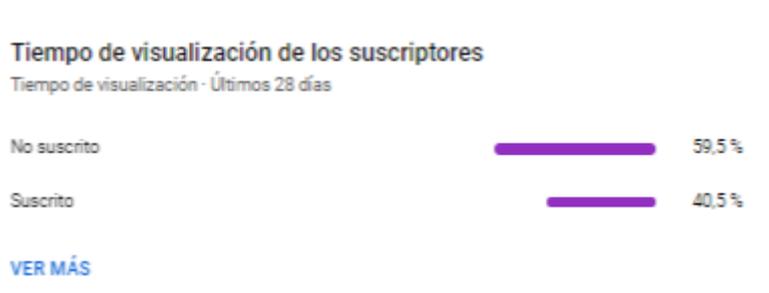
- d) Audiencia: sección enfocada a la información de los usuarios que consultan los videos y el canal; se detalla sobre el comportamiento de los usuarios en la plataforma, los que se suscriben al canal, horarios de actividad, datos

demográficos, canales y videos que suelen consumir. Se pueden considerar como guías para moldear más el contenido a los usuarios, aunque no es necesario cambiar en la totalidad, solo los aspectos con más relevancia y que puedan adaptarse a los objetivos de TxP.



4.26 Audiencia del 26 de septiembre al 23 de octubre del 2021

Por ejemplo, de este apartado se puede destacar la del porcentaje de personas que ven el material del canal. Se muestra que más de la mitad de usuarios que ven los videos no están suscritos al canal. Ante esto se debe considerar hacer con mayor frecuencia la invitación a dar *like* y suscribirse a los videos, con el fin de mejorar el estado actual, que presenta la siguiente imagen.



4.27 Tiempo de visualización del 26 de septiembre al 23 de octubre del 2021

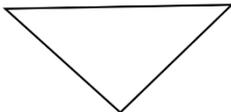
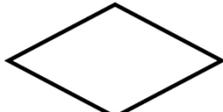
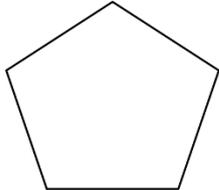
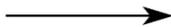
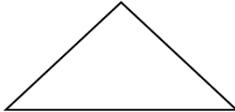
Con estas estadísticas se puede lograr una mejora, tanto del rendimiento, como de la capacidad de los tutores para responder a las exigencias de usuarios en YouTube, además de que con este manual se espera sirva como guía o repaso sobre el manejo de la plataforma y la producción de videos.

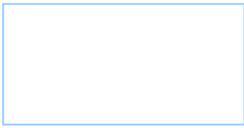
#### 4.7 Proceso para el uso de YouTube en TxP

Los diagramas de flujo son gráficos, de manera simplificada pueden representar procesos y las tareas necesarias para su elaboración. De tal forma que para quienes requieren conocer sobre como proceder en alguna actividad, resulte algo más sencillo, pues esta herramienta ayuda a que todo sea más visual e intuitivo, ya que elabora un desarrollo paso a paso.

A causa de esto, se puede justificar el uso de este recurso para finalizar el manual, ya que la producción de videos para YouTube en TxP, es un proceso que deben seguir los tutores. Usar un diagrama ayudará a que los miembros que sean asignados a producir, logren identificar el orden y tareas a realizar, lo que disminuirá las veces que un estudiante pregunte a otros miembros, por tanto, mejorará la independencia y rapidez para cumplir con las tareas asignadas.

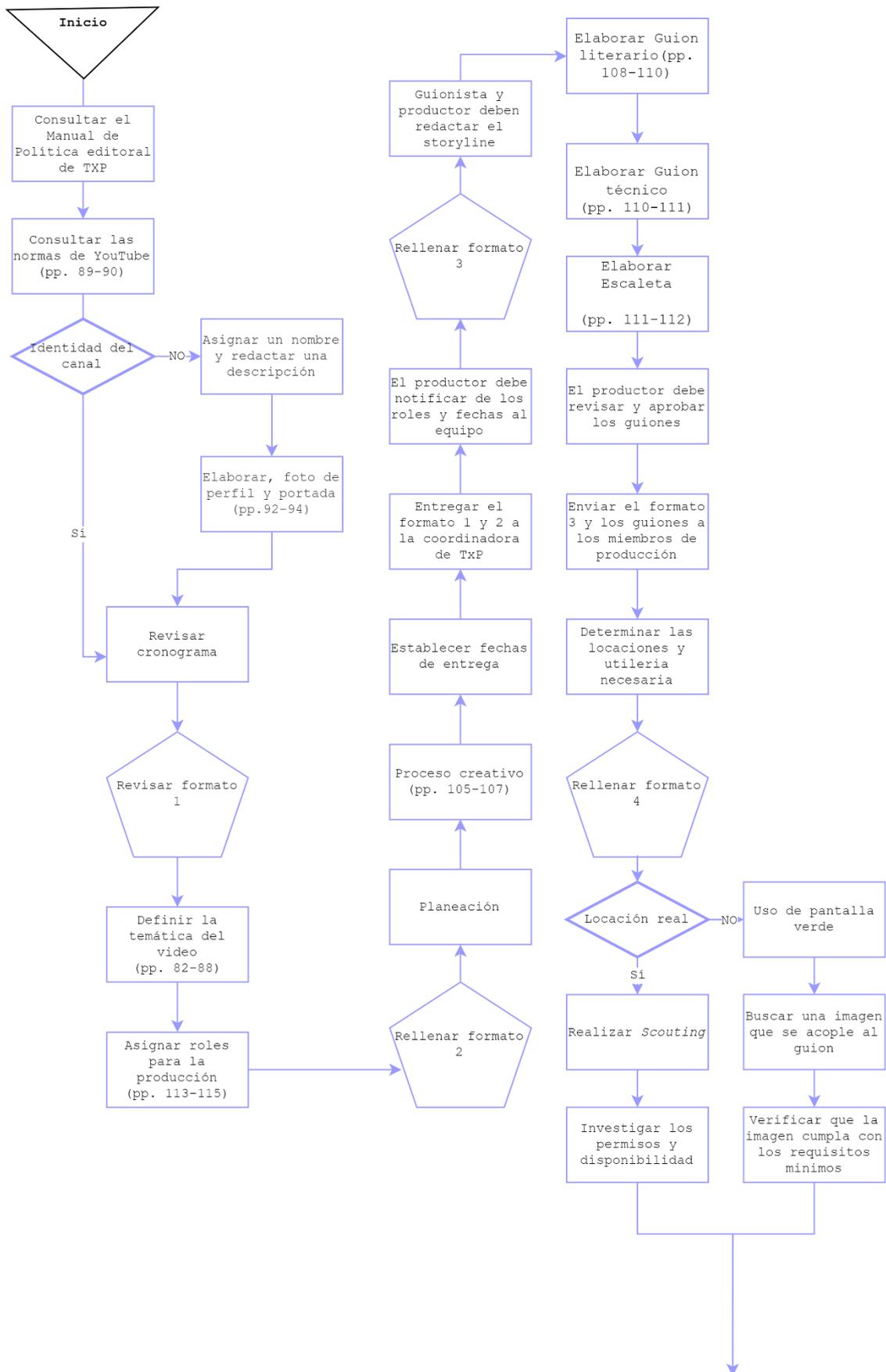
Para elaborar el diagrama del proceso para el uso de YouTube en TxP, se recurrirá a la siguiente simbología y aclaraciones:

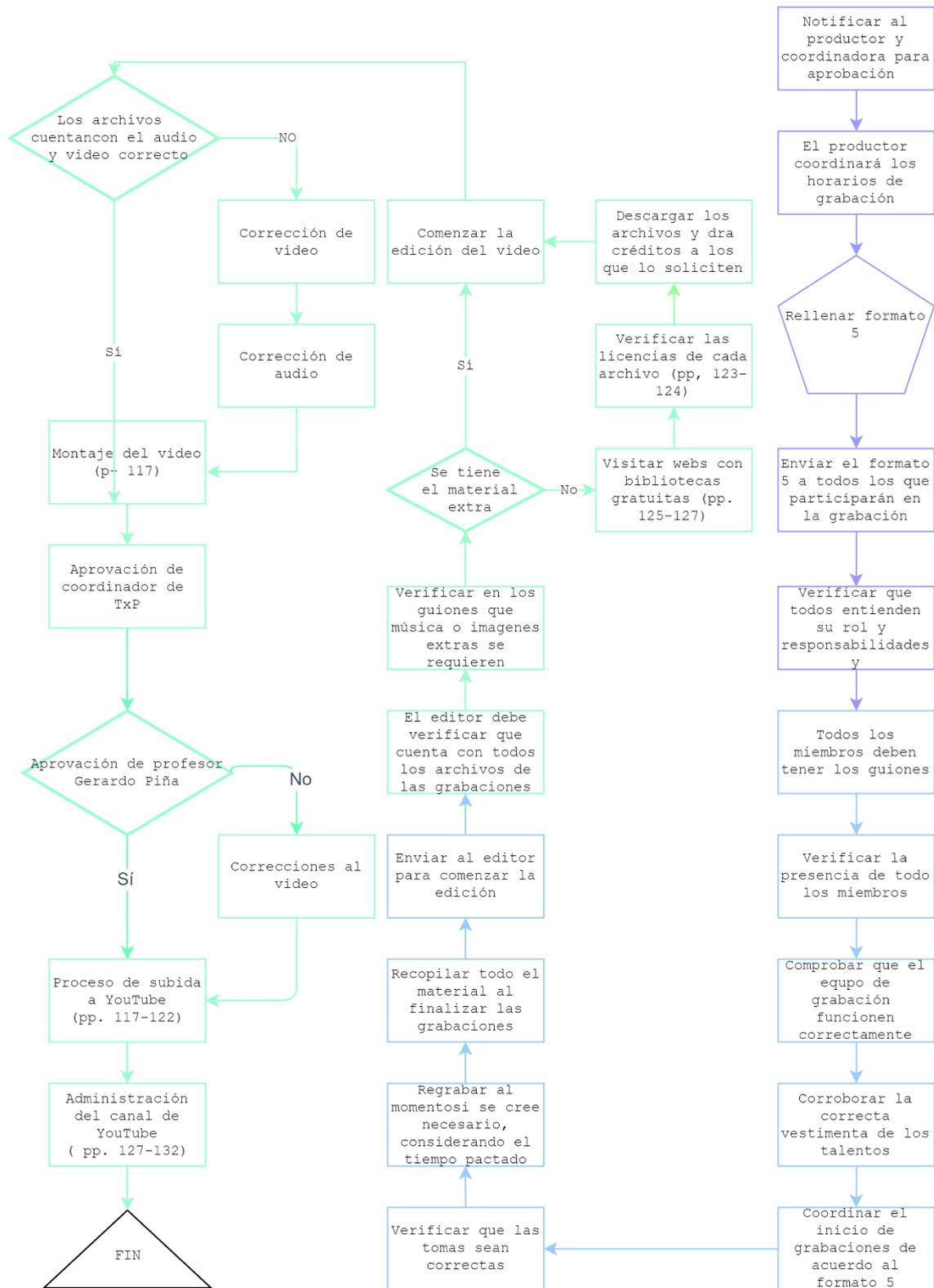
Figura	Significado	Figura	Significado
	El triángulo invertido señala el inicio del diagrama		El rombo es usado para actividades con una condicional, para la que se marca un flujo en caso de que se cumpla o no.
	El rectángulo representa las tareas o actividades a realizar		El pentágono es la referencia de que existe un formato que debe ser usado o consultado
	La flecha indica el flujo de las actividades, marcando el orden en que deben llevarse a cabo		

Color	Significado	Color	Significado
	Preproducción		Postproducción
	Producción		
Observaciones y aclaraciones			
El productor en Txp es denominado como coordinador de célula		El coordinador de TxP es la persona encargada de organizar de manera general las actividades de TxP	

#### 4.1 Simbología para el diagrama de procesos (JCM, 2021)

Por tanto, se entiende que el diagrama se encuentra dividido en tres partes (preproducción, producción y postproducción) señaladas con distintos colores, las cuales representan las fases para elaborar videos. Así mismo se presentarán los cinco formatos que se encuentran dentro del diagrama para que los tutores puedan consultar y llenar cuando sea necesario. Con estos elementos establecidos, ya es posible identificar la manera en que debe leerse el siguiente diagrama:





4.28. Diagrama del proceso para el uso de YouTube en TxP (JCM, 2021)



**Tutoría entre Pares Acatlán**  
**Formato 1**  
**Cronograma semestral de videos para**  
**YouTube**



Semestre:

Semana	Tema	Productor	Fecha inicio	Fecha entrega
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				

4.2 Cronograma semestral de videos para YouTube (JCM, 2021)



Tutoría entre Pares Acatlán  
Formato 2

Listado de roles asignados para YouTube

Fecha:



Rol asignado	Nombre	Teléfono	Correo electrónico

4.2 Listado de roles asignados para YouTube (JCM, 2021)



**Tutoría entre Pares Acatlán**  
**Formato 3**  
**Cronograma de avances semanales**

Fecha:



Etapa	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de entrega	Observaciones
Preproducción				
Producción				
Postproducción				
<b>Notas u observaciones del productor</b>				
<b>Notas u observaciones de la coordinación de TxP</b>				



**Tutoría entre Pares Acatlán**  
**Formato 4**  
**Escenarios, fondos y utilería para videos**  
**de YouTube**



Fecha:

No. de escena	Encuadre	Locación/ pantalla verde	Utilería y vestuarios	Notas de la producción

4.4 Escenarios, fondos y utilería para videos de YouTube (JCM, 2021)



## Tutoría entre Pares Acatlán

### Formato 5

### Llamado para grabación de videos para YouTube



Fecha:

Nombre del video:

Llamado 1 de	
Dirección del set/locación:	
Nombre del productor:	
Hora del llamado	
Notas de la producción	
Notas de producción 1	[Ejemplo] Se permiten visitantes
Notas de producción 2	[Ejemplo] No. de radios
Notas de producción 3	[Ejemplo] Props especiales
Notas de producción 4	[Ejemplo] Atmosfera especial

Hora	Escena	Descripción de escena y utilería	Personajes	Notas particulares

4.4 Escenarios, fondos y utilería para videos de YouTube (JCM, 2021)

## Conclusiones

El propósito de este trabajo fue la creación de un Manual de producción de videos, que funcione como ayuda para que el programa de Tutorías por Pares, tenga una calidad profesional para el contenido que se realiza para el canal de YouTube, tarea que se cumplió a lo largo de este escrito. Es de observarse que los detalles técnicos y de edición no se trataron a profundidad, debido a que estos aspectos son variables que dependen de el equipo de grabación y edición con el que cuentan las y los estudiantes tutores de TxP, de tal manera que se prefirió enfatizar en la organización del trabajo que se debe desempeñar por parte de las células de trabajo de los videos de YouTube.

El objetivo general de la investigación se cumplió con:

1. La identificación de los requisitos y características de los videos para colocarlos en la plataforma YouTube.
2. El conocimiento de las necesidades académicas e institucionales del programa de Tutorías por Pares de la licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán para elaborar videos y colocarlos en la plataforma YouTube.
3. La realización de un análisis de la producción de los videos que el programa de Tutorías por Pares ha elaborado y colocado en la plataforma YouTube desde septiembre del 2020.
4. La elaboración de un manual, presentado en un diagrama de flujo, enfocado en los procedimientos de organización para la producción de videos con calidad profesional del programa de Tutorías por Pares para colocarlos en la plataforma YouTube.

La forma en que se logró el desarrollo del manual fue a través de la investigación previa realizada en el primer capítulo, para identificar los requisitos y características tanto de la elaboración de videos, como de la plataforma YouTube. Con estos elementos se establecieron las bases y estructura del manual que contiene la identidad y política editorial.

Se planteó el contexto sobre la función de las Tutorías por Pares dentro de la UNAM para delimitar el estilo editorial del contenido del canal: categoría educativa y con una imagen formal (con algunas libertades para conectar con el rango de edad de los estudiantes). Se acopló la producción para TxP, por lo cual fue necesario analizar los proyectos elaborados previamente con la finalidad de conocer las necesidades académicas e institucionales para el programa con los criterios teóricos: del video, elementos básicos que lo componen, los procesos de preproducción, producción y postproducción, así como las políticas y condiciones de publicación en la plataforma YouTube.

Para plantear el manual de producción se realizó una investigación documental sobre diversos autores para identificar: los antecedentes y elementos del video, el proceso de elaboración, la estructura del SIT en la UNAM, el PIT de la FES Acatlán y del PAT de la licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán y las publicaciones en YouTube de Tutorías entre Pares. De estas últimas se realizó un análisis del contenido para identificar los problemas que ha presentado el equipo de tutores, de los que destacan problemas con audio, con los fondos y las transiciones. Esto permitió establecer el un enfoque del manual en cuanto a la planificación.

El presente trabajo puede tener repercusiones directas sobre las próximas generaciones de tutores, pues el contenido del manual está pensado para servir como guía, dado que el programa de TxP se conforma por estudiantes de los distintos campos de formación que ofrece la carrera quienes no todos son del campo de Multimedia y Cultura, en donde se profundiza en la producción, guion y edición de videos. Se presenta, además, la opción para que otros estudiantes egresados puedan optar por crear un manual similar para otras redes sociodigitales a futuro.

Este manual pretende ser una guía de capacitación, ayuda, a los estudiantes y, en todo caso, para adquirir más conocimientos para desempeñar las labores de tutorías a través de la red sociodigital de YouTube. Espero que este trabajo contribuya a reforzar y continuar la labor como tutor par, recuerdo una frase: “una vez tutor par siempre se es tutor”.

## Referencias

- Abellán, A. (2020). Cómo hacer un briefing para videos. <https://productoravideomarketing.es/briefing-videos>
- Alonso, R. (2020). De condensador o dinámico, ¿qué tipo de micrófono es mejor para ti?. Hard zone <https://hardzone.es/tutoriales/compras/microfono-condensador-dinamico-mejor/>
- Audio-technica (s.f.). Una breve guía de micrófonos - ¿Qué hace un micrófono?. <https://www.audio-technica.com/es-ar/support/una-breve-guia-de-microfonos-que-hace-un-microfono/>
- Berlanga, L. (2020). Qué es Facebook y qué te puede aportar esta red social. Ciudadano 2.0, <https://www.ciudadano2cero.com/que-es-facebook/>
- Boada, N. (2020). ¿Qué es un briefing y cómo hacer uno? +Plantillas). Cyberclick. <https://www.cyberclick.es/que-es/briefing>
- Carranza, A. (2021). ¿Sabes para qué se utiliza After Effects?. Crehana. <https://www.crehana.com/mx/blog/animacion-3d/sabes-para-que-se-utiliza-adobe-after-effects/>
- Castro, M. (s.f.). Vídeo digital. [https://ocw.innova.uned.es/mm2/tm/contenidos/pdf/tema4/tmm\\_tema4\\_video\\_digital.pdf](https://ocw.innova.uned.es/mm2/tm/contenidos/pdf/tema4/tmm_tema4_video_digital.pdf)
- Cerff, S. (2021). ¡Aprende cómo exportar un video en Premiere con solo cuatro pasos!. Crehana. <https://www.crehana.com/pe/blog/video/como-exportar-video-premiere/>
- Cinestésime (2010). Créditos. Wordpress. <https://cinestesiame.wordpress.com/creditos-3/>
- CUAIEED. (2018). Aulas virtuales y ambientes educativos. <https://aulas-virtuales.cuaieed.unam.mx/#acerca>
- Del Valle, L. (2017, p,1). La importancia de citar las fuentes consultadas: tips para no morir en el intento. <https://dacsuninter.wordpress.com/2017/06/06/la-importancia-de-citar-las-fuentes-consultadas-tips-para-no-morir-en-el-intento/>
- Delgadillo, R. (2011). Teorías sobre montaje audiovisual. Punto cero vol.16 (22). <https://www.redalyc.org/pdf/4218/421839650008.pdf>
- DeYouTubers. (s.f.). La historia y el nacimiento de los YouTubers. <https://www.deYouTubers.net/historia-de-YouTube/>
- Duran, D. Flores, M. Mosca, A. Santiviago, C. (2015). Tutoría entre iguales, del concepto a la práctica en las diferentes etapas educativas. InterCambios 2 (1). Escuela Nacional Colegio de Ciencias y Humanidades (2018). Programa Institucional de Tutoría. UNAM. <https://www.cch.unam.mx/pit#:~:text=El%20Programa%20Institucional%20de%20Tutor%C3%ADa,Colegio%20de%20Ciencias%20y%20Humanidades>

- Esquivel, C. (2017, p.1). Historia de la animación I. El dibujo animado. Revista de la Facultad de Artes y Diseño Taxco. <http://revista925taxco.fad.unam.mx/index.php/2017/05/12/historia-de-la-animacion-i-el-dibujo-animado/>
- Esteban, D. (2017). Cómo escribir el storyline de mi historia. <https://cursosdeguion.com/21-como-crear-el-storyline-de-mi-historia/>
- Fabara, S. (2018). Así puedes conseguir un estilo Teal and Orange en un revelador RAW y Photoshop. Xataka foto <https://www.xatakafoto.com/tutoriales/asi-puedes-conseguir-un-estilo-teal-and-orange-en-un-revelador-raw-y-photoshop#:~:text=Uno%20de%20estos%20estilos%20de,balance%20general%20de%20la%20escena.>
- Facchin, J. (2018). ¿Qué es YouTube, para qué sirve y cómo funciona esta red de videos?. Webescuela. <https://webescuela.com/YouTube-que-es-como-funciona/>
- Facchin, J. (s.f.) ¿Qué es Instagram y para qué sirve exactamente esta red visual? + ejemplos interesantes. <https://josefacchin.com/que-es-instagram-para-que-sirve/>
- Fernández, F. (s.f.). Micrófonos de solapa (lavalier) recomendados para video/YouTube. <https://quecamarareflex.com/microfonos-de-solapa-lavalier-recomendados-para-video-YouTube/>
- Fernández, M. (2020). Baby Shark supera a Despacito en YouTube: ya es el vídeo más visto de la historia de la web. [https://www.elespanol.com/omicrono/software/20201103/baby-shark-supera-despacito-YouTube-video-historia/533197273\\_0.html](https://www.elespanol.com/omicrono/software/20201103/baby-shark-supera-despacito-YouTube-video-historia/533197273_0.html)
- Fernández, Y. (2019) Tipos de tarjetas SD: qué significan sus clases, tipos y numeraciones. Xataka. <https://www.xataka.com/basics/tipos-tarjetas-sd-que-significan-sus-clases-tipos-numeraciones>
- FES Acatlán (2020). Programa Institucional de tutoría 2020-2021. UNAM. <https://tutoria.unam.mx/sites/default/files/2020-11/PIT%20Acatlan.pdf>
- FES Acatlán. (2019). Plan de acción tutorial (PAT). UNAM
- Fotonostra. (s.f.). Kinestoscopio. <https://www.fotonostra.com/glosario/kinestoscopio.htm>
- Fotonostra. (s.f.). Señal de video. <https://www.fotonostra.com/digital/videoanalogico.htm#:~:text=El%20v%C3%ADdeo%20es%20la%20t%C3%A9cnica,almacena%20y%20reproduce%20el%20v%C3%ADdeo.>
- Gaceta UNAM (2021, p. 21). Acuerdos del Colegio de Directores sobre regularidad de los alumnos, seriación, exámenes extraordinarios y regularización de las actividades presenciales durante el ciclo escolar 2021-2022 (semestres 2022-1 y 2022-2). <https://www.gaceta.unam.mx/wp-content/uploads/2021/06/acuerdo-directores-para-alumnos.pdf>

- Gaceta UNAM (23 de mayo de 2013). Acuerdo por el que se establece el Sistema Institucional de Tutoría de bachillerato y licenciatura en los sistemas presencial, abierto y a distancia en la UNAM. UNAM. <https://tutoria.unam.mx/es#informacion>
- Gaceta UNAM (5 de marzo de 1990). El sistema de tutoría, investigación que enseña: Andoni Garritz. UNAM. <http://www.acervo.gaceta.unam.mx/index.php/gum90/article/view/29488/29485>
- Galeano, C. (2010). La tutoría individualizada. Revista digital sociedad de la información 24. Cefalea. <http://www.sociedadelainformacion.com/24/tutoria.pdf>
- Godoy, J. (2021, p.1). ¿Realmente importa cómo saludamos? YouTube dice que sí, y mucho. <https://elpais.com/tecnologia/2021-05-16/realmente-importa-como-saludamos-YouTube-dice-que-si-y-mucho.html>
- Google (2021, p.1). Introducción a las faltas por incumplimiento de las Normas de la Comunidad. <https://support.google.com/YouTube/answer/2802032?hl=es>
- Google (2021, p1). Crea una publicación de comunidad. <https://support.google.com/YouTube/answer/7124474?hl=es-419&co=GENIE.Platform%3DDesktop>
- Hernández, C., Rodríguez, N. y Vargas, A. (2012, p.1). Los hábitos de estudio y motivación para el aprendizaje de los alumnos en tres carreras de ingeniería en un tecnológico federal de la ciudad de México. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-27602012000300003](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602012000300003)
- Herrera, B. (2019). Diseño de un plan de acción tutorial para la formación integral del estudiante. UNAM.
- Jaimovich, D. (2020). YouTube cumple 15 años: así es el primer video que se subió a la plataforma. <https://www.infobae.com/america/tecno/2020/04/27/YouTube-cumple-15-anos-asi-es-el-primer-video-que-se-subio-a-la-plataforma/>
- Jiménez, T. (2019 , pág 19). Los videos educativos como recurso didáctico para la enseñanza del idioma Inglés. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6988/1/T2994-MIE-Jimenez-Los%20videos.pdf>
- Joachin, C. (2016, p.1). La creatividad: concepto, técnicas y aplicaciones. [https://programas.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/166/mod\\_resource/content/1/la-creatividad/index.html](https://programas.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/166/mod_resource/content/1/la-creatividad/index.html)
- Jordán, Arias y Samaniego (2017, p.182). La participación del prosumidor en la nueva era de la comunicación. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6231299>
- Klug, M. y Peralta, N. (2019). Tutorías universitarias. Percepciones de estudiantes y personal tutor sobre su uso y funcionamiento. Revista Electrónica Educare 23 (1). Universidad Nacional de Rosario. <https://doi.org/10.15359/ree.23-1.16>
- León, N. (s.f.). Las 10 mejores cámaras fotográficas para video. Dzoom. <https://www.dzoom.org.es/video-camaras-fotograficas/>

- Manzano, J. y Alonso, J. (2015). Criterios para el uso del correo electrónico en los procesos de mediación del aprendizaje.
- Micrófonos.pro. (2021). Micrófonos direccionales. <https://microfonos.pro/direccionales/>
- Milenio (2020, Pág. 1). SEP Transmitirá contenido educativo por TV e internet durante receso escolar. <https://www.milenio.com/politica/sep-transmitira-contenido-educativo-tv-internet-receso>
- Molina, A. (2019, p.1). ¿Qué es la identidad corporativa? <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/que-es-la-identidad-corporativa/>
- Moodle (2020). Acerca de Moodle. [https://docs.moodle.org/all/es/Acerca de Moodle](https://docs.moodle.org/all/es/Acerca_de_Moodle)
- Moravecs. (2019). Final Cut Pro X. La educación en la era digital. <https://ayto-torrijos.com/herramientas/final-cut-pro-x/>
- Morón, M. (2011, p.1). La importancia de la motivación en educación infantil. <https://www.feandalucia.ccoo.es/andalucia/docu/p5sd7914.pdf>
- Mosca, A. Santiviago, Carina. (s.f.). Tutorías de estudiantes. PROGRESA
- Narro, J. y Arredondo, M. (2013). La tutoría: Un proceso fundamental en la formación de los estudiantes universitarios. Perfiles educativos XXXV (141). [http://tutorias.dgenp.unam.mx/txt/la\\_tutoria\\_narro-arredondo\(2013\).pdf](http://tutorias.dgenp.unam.mx/txt/la_tutoria_narro-arredondo(2013).pdf)
- Obaya, A. y Vargas, M. (2014). La tutoría en la educación superior. Educación química 25 (4). UNAM. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-893X2014000400012](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-893X2014000400012)
- Olvera, G. (2015). Breve historia del surgimiento de la tutoría en la UNAM.
- Pérez, L. (s.f.). Localizaciones o locaciones: plantilla para descargar. Aprendercine.com. <https://aprendercine.com/localizaciones-o-locaciones-plantilla-descargar/>
- Pérez, M. Rodríguez, M. y Gonzáles, M. (2020). Utilidad de las tutorías académicas en la universidad. Resultados agregados de un estudio multidimensional en diferentes ciencias. Revista de Ciencias de la Comunicación e Información 25, (1), pp.57-74. doi: [http://doi.org/10.35742/rcci.2020.25\(1\).57-74](http://doi.org/10.35742/rcci.2020.25(1).57-74)
- Portal Académico CCH (s.f., p.1). Cuadro de doble entrada. <https://portalacademico.cch.unam.mx/alumno/tlriid1/unidad3/operacionesderegistro/cuadrodedobleentrada>
- Pozón, J. (2014, p.144). Los estudiantes universitarios ante las actividades extracurriculares. (20/01/2015). [https://institucional.us.es/revistas/anduli/13/8\\_Anduli\\_2014\\_Pozon.pdf](https://institucional.us.es/revistas/anduli/13/8_Anduli_2014_Pozon.pdf)
- Productora Medya Audiovisual (2016). Fases de la producción audiovisual. <https://medya-audiovisual.com/fases-de-la-produccion-audiovisual/>
- Psicodex (2016, p.1). ¿En qué consiste la procrastinación?. <https://www.psiquiatriapsicologia-dexeus.com/es/unidades.cfm/ID/9734/ESP/-que-consiste-procrastinacion-.htm>
- Real Academia de la Lengua Española. (2021). Video. <https://dle.rae.es/video>

- Red de Universidades Anáhuac (2020, p.1). La importancia de la salud mental. <https://www.anahuac.mx/blog/la-importancia-de-la-salud-mental>.
- Revista ciencias de la educación 26 (46). Universidad de Carabobo.
- Rodríguez-Espinar, S. (2008). Manual de tutoría universitaria. Recursos para la acción (2da. Edición). Barcelona: Ediciones Octaedro. <https://tutoria.unam.mx/sites/default/files/2020-07/14-1Atutoriag.pdf>
- Ruiz, I. (2018). ¿Qué es Twitter, para qué sirve y cómo funciona esta plataforma social?. Webescuela. <https://webescuela.com/que-es-twitter-como-funciona/>
- Sabaté, J. (2011). Grabar vídeo con el móvil. Consumer, <https://www.consumer.es/tecnologia/imagen-y-sonido/grabar-video-con-el-movil.html#:~:text=Evitar%20el%20audio%3A%20los%20tel%C3%A9fonos,m ejor%20introducir%20el%20audio%20despu%C3%A9s.&text=Es%20mejor%20acercarse%20y%20buscar%20encuadres%20que%20optimicen%20las%20capacidades%20del%20m%C3%B3vil>.
- Sánchez, C. (s.f.). El guion literario. <https://www.tallerdeescritores.com/el-guion-literario>
- Sánchez, I. (2015, p.1). Cronograma de actividades. <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16696/LECT128.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez, M. (2014). La tutoría entre iguales como estrategia educativa para desarrollar competencias. Revista electrónica de Psicología Iztacala 17 (1). UNAM. <https://www.medigraphic.com/pdfs/epsicologia/epi-2014/epi141c.pdf>
- Santos, D. (2021, p.1). 4 Técnicas para tomar apuntes eficientemente. <https://www.goconqr.com/es/examtime/blog/tomar-apuntes-tecnicas/>.
- SEP. (2014). Manual para implementar la tutoría entre pares (alumno-alumno) en planteles de educación media superior. Impresora y Encuadernadora Progreso, S. A. de C. V. [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/701/yna\\_manual\\_4.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/701/yna_manual_4.pdf)
- Sistema Institucional de Tutoría (S.F.). ¿Quiénes somos? UNAM. <https://tutoria.unam.mx/es/quienes-somos>
- Spotify. (2021). ¿Qué es Spotify?. <https://support.spotify.com/es/article/what-is-spotify/>
- Suárez, A. (2018, p. 507). Proyecto de vida: proceso, fin o medio en la terapia psicológica y en la intervención psicosocial. [https://www.revistaavft.com/images/revistas/2018/avft\\_5\\_2018/12proyecto\\_vida\\_proceso\\_fin\\_medio.pdf](https://www.revistaavft.com/images/revistas/2018/avft_5_2018/12proyecto_vida_proceso_fin_medio.pdf)
- Sumo.app. (2021). Sumovideo beta. <https://sumo.app/sumovideo>
- Tavares, R. (2017, p.1). Política editorial y manuales de estilo. <https://procesoseditoriales.blogs.sapo.pt/capitulo-9-politica-editorial-y-2579>
- TeleSur. (2020). Ciudadano Kane: ¿A qué se debe su valor en la historia del cine?. <https://www.telesurtv.net/news/ciudadano-Kane-valor-historia-cine-20180429-0009.html>
- Torres Lima, H.J. (2020). Tutoría entre pares. ciclo de conferencias virtuales la tutoría en educación superior. <https://www.YouTube.com/watch?v=cfdv6l5q1JU>

- Torres Lima, H.J. (coord) (2021). Informe del plan de tutorías por pares en comunicación de la FES Acatlán. México, FES Acatlán, no publicado.
- Treintaycinco mm. (2019). Adobe Premiere Pro: ¿Qué es y por qué es el mejor?. <https://35mm.es/adobe-premiere-pro-que-es/>
- Universia (2020, p.1). La importancia de tener buenos lugares para estudiar. <https://www.universia.net/mx/actualidad/orientacion-academica/importancia-tener-buenos-lugares-estudiar-1150672.html>
- Universidad Internacional de la Rioja (2020, p. 1). El papel de internet en la educación. <https://www.unir.net/educacion/revista/internet-en-la-educacion/>
- Verdezoto, N. (2020). Los hermanos Lumiere y los 125 años del nacimiento del cine. El comercio. <https://www.elcomercio.com/tendencias/hermanos-lumiere-nacimiento-cine-francia.html>
- VicHaunter (2015). Diferencias entre SD, SDHC y SDXC de las tarjetas de memoria y sus clases. <https://www.vichaunter.org/informatica/diferencias-sd-sdhc-sdxc-las-tarjetas-memoria-clases>
- Videomarketing. (2019). Cómo hacer un Storyboard: Dar imágenes a las palabras.
- Wells, T. (2020). Los 11 programas para editar video gratis. Oberlo. <https://www.oberlo.com.mx/blog/programas-para-editar-videos-gratis>
- Whatsapp (2020). Acerca de Whatsapp. <https://www.whatsapp.com/about/?lang=es>
- YouTube (2021, p.1). Comienza a usar YouTube Shorts. <https://support.google.com/YouTube/answer/10059070?hl=es-419>
- YouTube (2021, pág. 1). Plasma tus ideas con el formato apropiado para tus videos educativos. <https://creatoracademy.YouTube.com/page/lesson/edu-video-formats?cid=educational-channel&hl=es#strategies-zippy-link-1>
- YouTube. (2021). Crea un canal educativo en YouTube. <https://creatoracademy.YouTube.com/page/lesson/edu-channel-start?hl=es>
- Zoom. Acerca de Zoom (2020). <https://explore.zoom.us/es-es/about.html>