

Condiciones y estrategias de propagabilidad de contenidos educativos en YouTube: el caso de *Julioprofe*

Por:
Gabriela Castro Mesa,
Karín Calao Orozco y
Daniela Posso Rojas

Resumen

El presente artículo expone el análisis de los resultados del trabajo de grado titulado Condiciones y estrategias de *propagabilidad* de contenidos educativos en *YouTube*: el caso de *Julioprofe*, desarrollado en el marco del Semillero Interacciones Mediáticas del programa de Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana-Cali. La investigación examinó los recursos técnicos, procesos de producción, características de los productos audiovisuales e interacciones con los usuarios que posibilitan que el contenido de Julioprofe circule y se comparta de manera exitosa en la red. Teóricamente, el proyecto se sustentó en la obra de Jenkins, Ford y Green (2015), quienes proponen el concepto de propagabilidad para hacer referencia a las condiciones tecnológicas, sociales, culturales y económicas que permiten la circulación de contenidos en redes sociales. Se recurrió a una metodología cualitativa para la indagación: entrevistas en profundidad, análisis de mensajes y de los comentarios de los usuarios de la red social YouTube. El caso de Julioprofe resulta

El Semillero Interacciones Mediáticas fue auspiciado por la Oficina de Investigación, el Programa de Comunicación y el Grupo de Investigación Procesos y Medios de Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, Colombia.

emblemático de la manera como las tecnologías de comunicación desafían los procesos educativos tradicionalmente ligados y circunscritos a las instituciones escolares.

Palabras clave: propagabilidad, interacción, YouTube, TIC, educación.

Introducción

La incorporación de las TIC en las aulas ha sido un tema bastante debatido en los últimos años debido a las diversas plataformas digitales que permiten la circulación de varios tipos de contenidos, entre los cuales los temas educativos no son la excepción (Cacurri, 2013). En este sentido, en el caso de Julioprofe se percibe que, a través de su labor en las redes sociales, ha logrado migrar los contenidos propios de las instituciones educativas a un entorno digital de fácil acceso.

Lo anterior parece evidenciar que la academia ha dejado de ser la única fuente de información y conocimiento, pues los jóvenes exploran otras alternativas para aprender sobre distintos temas. Asimismo, los niños y adolescentes, por lo general, crecen en un entorno tecnológico que les permite interactuar con las pantallas de una manera más cercana, a diferencia de lo que sucedía antes. Esto ha generado nuevos entramados simbólicos que modifican la forma de aprender y comunicarse (Cacurri, 2013). En coherencia con lo anterior, se propuso investigar sobre los procesos de diseño y producción de contenido educativo de *Julioprofe* para YouTube, la caracterización de los contenidos y la descripción de las interacciones de la audiencia (prácticas participativas). *Julioprofe* es un *youtuber* que se ha caracterizado por crear contenido educativo de matemáticas y física desde el año 2009, y ha registrado un crecimiento de seguidores sostenido en el tiempo. Para diciembre de 2017 contaba con 1 983 162 suscriptores en su canal, 309 056 seguidores en Facebook, 32 600 seguidores en Instagram y 24 600 en Twitter.

A partir del análisis, es importante señalar que las principales estrategias y condiciones de la propagabilidad se relacionan con: 1. la centralidad del usuario, 2. las rutinas de producción, 3. la concepción de la audiencia, 4. la interactividad entre *Julioprofe* y sus usuarios, tanto a nivel virtual como presencial y 5. la invariabilidad del lenguaje audiovisual empleado por el *youtuber* para privilegiar la exposición de los ejercicios matemáticos.

Metodología

Esta investigación es de carácter cualitativo. El trabajo se centra en el análisis de la propuesta del *youtuber Julioprofe*, el cual fue seleccionado por su trayectoria, la temática educativa y popularidad, medida en el número de seguidores.

Las categorías de análisis del trabajo se organizan considerando las dimensiones de la propagabilidad: el proceso de producción, divulgación, sostenibilidad, estructura del contenido y prácticas participativas. La siguiente tabla consigna las categorías y subcategorías.

Tabla 1. Categorías y subcategorías de análisis

Objetivo	Categorías de análisis	Subcategorías
Describir los procesos de diseño y producción del contenido educativo de <i>Julioprofe</i> para YouTube.	Proceso de producción de contenidos, el cual se divide en tres fases: preproducción, producción y posproducción.	Fase de preproducción: alude a la etapa de conceptualización o ideación del producto audiovisual, lo cual implica la elaboración de un guion literario o técnico.
		Fase de producción: etapa vinculada a la realización del producto y que implica el uso de recursos técnicos y humanos.
		Fase de postproducción: consiste en la selección y estructuración del material para la edición o montaje, lo cual supone manejo del lenguaje audiovisual.
	Proceso de divulgación, en el cual el producto finalizado es compartido o se pone en circulación en Internet.	Fase de publicación: implica la conceptualización de una estrategia, definición de tiempos, audiencias y plataformas para divulgar el contenido.
		Recursos técnicos y financieros requeridos para el funcionamiento del canal.
	Sostenibilidad del proyecto audiovisual: prácticas que permiten la continuidad de la producción y divulgación del producto educativo propagable.	Mecanismos de financiación o monetarización: procedimientos realizados por el <i>youtuber</i> para obtener recursos financieros.

Caracterizar los contenidos educativos propagables.	Estructura y lenguaje audiovisual de los contenidos educativos propagables.	Estructura narrativa del video: organización y secuencia del relato del contenido del video educativo.
		Temáticas: asuntos abordados en el video.
		Planos audiovisuales: la forma como capta el observador la perspectiva de la imagen.
		Elementos del lenguaje sonoro: la presencia e interrelación de la palabra hablada, los efectos sonoros y la música.
		Recursos técnicos: iluminación y calidad de la imagen y del sonido.
Describir las prácticas de la cultura participativa con los contenidos producidos por <i>Julioprofe</i> .	Prácticas participativas, referidas a la interacción de los usuarios con el <i>youtuber</i> o con los contenidos del canal, a través de comentarios registrados en la plataforma.	Temas de los comentarios: asuntos a los que se refieren los comentarios.
		Tipos de comentario: manera como promueve o no la interacción con el <i>youtuber</i> .
		Interacción del <i>youtuber</i> : respuesta a los comentarios.
		Creación de comunidades de usuarios: existencia o no de espacios virtuales o redes sociales que promueven la interacción de los usuarios del canal del <i>youtuber</i> .

Para recoger la información se realizó una entrevista en profundidad al *youtuber*, un análisis textual de 40 videos y el análisis de contenido cualitativo a 6 435 comentarios registrados en el canal de YouTube.

Resultados

En este apartado se exponen algunos de los resultados del trabajo, relacionados con la descripción de los procesos de diseño y producción del contenido, caracterización del contenido y prácticas participativas.

Descripción de los procesos de diseño y producción del contenido educativo de *Julioprofe* para YouTube

Para la descripción de los procesos de diseño del contenido se tuvieron en cuenta las siguientes etapas: 1. .a fase de preproducción, vinculada con el trabajo previo que realiza el *youtuber* para la elaboración de los videos. 2. La fase de producción, que se refiere a la

grabación de contenidos educativos. 3. La fase de postproducción, que alude a la edición del material. 4. La fase de divulgación, que está relacionada con la difusión de contenidos a través de las redes sociales.

Para definir las fases que componen la realización de un producto audiovisual y su divulgación, cabe mencionar que la obra audiovisual se comprende como el trabajo de un realizador, en el que se mezcla la imagen y el audio en un formato digital o analógico, y donde su objetivo es ser exhibido a determinado público (Luciano, 2011).

La preproducción son los procesos previos que lleva a cabo el *youtuber Julioprofe* para la realización de su contenido educativo. En esta fase se destacaron los siguientes aspectos: 1. selección de contenidos y centralidad del usuario para la elaboración del material audiovisual y 2. segmentación del material, según las demandas de los usuarios del canal.

El proceso de selección y diseño de los contenidos está orientado por la centralidad del usuario. *Julioprofe* produce los videos considerando los comentarios y solicitudes que realizan los usuarios de su canal a través de los diversos medios de comunicación que posee, como YouTube, Facebook, Instagram y Twitter. Esta estrategia se constituye en uno de los principales mecanismos que promueve la propagabilidad, en la medida en que garantiza una conexión directa entre los contenidos y las necesidades o demandas de determinados grupos.

En cuanto a la etapa de producción, el *youtuber Julioprofe* es quien prepara los ejercicios, acondiciona la locación, consigue los recursos técnicos y realiza los procesos de grabación, selección del material y edición. En este caso, él podría ser considerado como un realizador polifuncional, lo cual se facilita por la existencia de tecnologías de comunicación e información que pueden ser utilizadas con un entrenamiento básico. Los ritmos de la producción audiovisual son definidos por *Julioprofe*. Aunque ya ha establecido una rutina, ejecuta variaciones sobre los tiempos dedicados a cada fase. En ese sentido, los tiempos de producción son manejados de forma relativamente autónoma por el *youtuber*.

Durante la fase de postproducción el material grabado es seleccionado para la edición y, dependiendo del guion técnico, se construye una secuencia narrativa en la línea de tiempo del programa que se esté utilizando. En el caso de *Julioprofe*, su línea de tiempo y el material recopilado lo maneja dentro de la plataforma Sony Vegas.

Julioprofe se ha caracterizado por especializarse y desarrollar destrezas tanto en la preproducción, como en la producción y postproducción audiovisual, desde que su canal fue creado en el 2009. Parte del éxito del trabajo de *Julioprofe* se debe a que migró del video casero a la profesionalización como *youtuber*, a través de un proceso formativo en su propia área de conocimiento (matemática y física) y en el manejo técnico de lo audiovisual.

La fase de divulgación es una de las más importantes en todo este proceso, debido a que es el momento en el que convergen los procedimientos llevados a cabo durante las tres etapas previas (preproducción, producción y postproducción), para poner en circulación los contenidos en la comunidad de usuarios. Como lo menciona Islas (2009), el contenido que producen los medios, en este caso *Julioprofe*, tiene la virtud de poder circular simultáneamente a través de múltiples canales de comunicación. Este *youtuber* ha logrado rutinizar los flujos de trabajo en la producción de contenidos, utilizando herramientas tecnológicas, redes sociales y el conocimiento sobre el contexto educativo.

Caracterización de los contenidos educativos para YouTube

Para caracterizar los contenidos de la propuesta de *Julioprofe* se analizaron 40 videos, lo cual permitió identificar sus principales rasgos y transformaciones. Se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos: temática, fecha de la publicación, número de reproducciones, número de comentarios, estructura, recursos técnicos y observaciones. Los principales hallazgos son la invariabilidad de la estructura de los videos, la poca experimentación con el lenguaje audiovisual y los contenidos atemporales.

Sobre la estructura

La mayoría de los videos se organiza con la misma estructura: introducción o presentación del tema, desarrollo del problema matemático o físico y cierre o exposición de resultados. Este tipo de estructura se sustenta en un modelo de narración clásica que comprende tres fases: comienzo, nudo y desenlace. Este dispositivo facilita la explicación del procedimiento matemático a seguir y podría contribuir a los procesos de aprendizaje de los usuarios del canal. Solo en dos videos del año 2013 se observó la ausencia de la contextualización del tema.

Planos y lenguaje audiovisual

La planimetría empleada por *Julioprofe* en la mayoría de sus videos corresponde a un plano medio (PM), que encuadra desde la cabeza hasta la cintura al *youtuber*, sin embargo, el sujeto no se destaca, porque él por lo general está de espaldas, escribiendo en el tablero y el eje de interés recae en los datos. La composición de esta imagen remite a la situación de un profesor en el aula de clases que escribe en el tablero y describe para sus estudiantes el procedimiento, mientras lo ejecuta. En la revisión de los videos no se evidenció una experimentación respecto al lenguaje audiovisual ni a la planimetría.

Contenidos atemporales

Los contenidos audiovisuales de *Julioprofe* tienen la característica de la atemporalidad, es decir, aluden a temas que son abordados constantemente en el contexto escolar y que pueden ser consultados por distintas cohortes o generaciones de estudiantes. Algunos videos que han sido grabados desde hace varios años pueden ser utilizados en diferentes momentos y ocasiones. *Julioprofe* dispone de un banco de contenidos que puede poner en circulación, según el número de reproducciones de los videos y las demandas de los usuarios. Además, las particularidades de la plataforma de YouTube permiten que los usuarios puedan acceder a los videos “sin restricciones”.

A partir de lo anterior, se puede indicar que la calidad de la producción del canal *Julioprofe* y los recursos técnicos utilizados han cambiado, pero no la manera como presenta y explica los temas, ya que se conserva la misma estructura y planimetría y se privilegia la explicación de los procedimientos.

Descripción de las interacciones de la audiencia con los contenidos de *Julioprofe*

Uno de los rasgos más importantes de esta propuesta es la constante interacción que establece *Julioprofe* con los usuarios a través del canal de YouTube, de diferentes redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter), de las comunidades de *fans* y de eventos en vivo.

Concepción de la audiencia

Los suscriptores del canal educativo *Julioprofe* hacen parte de una comunidad con necesidades concretas por las matemáticas y la física, y que parecen ser comunes en diferentes contextos educativos y geográficos. Estas necesidades compartidas contribuyen a la propagación más rápida de sus contenidos en diferentes lugares del mundo. El auge de los contenidos educativos publicados por *Julioprofe* ha sobrepasado las fronteras. Una cantidad considerable de hispanohablantes hace uso de los videos e incrementan la propagación en América y Europa.

Los países que más reportan visitas, por ejemplo, en YouTube, son México, Colombia, Ecuador, Perú, Chile, Argentina...son como los que lideran el ranking de visitantes [...] en su mayoría son estudiantes, también he detectado profesores, padres de familia [...] entonces hay una amplia variedad de público en cuanto a edades, en cuanto a perfiles... En cuanto a las visitas, hay un 75% que son hombres y el resto son mujeres... Las personas que más visitan los videos por ejemplo van desde 18 a 24 años [sic]. (Ríos, 2017)

Aunque las condiciones y estrategias de propagabilidad de *Julioprofe* se enfoquen en el diseño de los videos, el contenido del canal será más compartido mientras esté disponible en el lugar y momento en que el público lo requiera (Jenkins, Ford y Green, 2015). En ese sentido, el contenido se vuelve propagable en la medida en que los usuarios sepan dónde y cuándo encontrarlo. Además, el hecho de que los usuarios participen activamente en YouTube significa que el *youtuber* está inmerso en una cultura que comparte con sus usuarios, en la que ambos contribuyen con los contenidos de los videos y la divulgación de los mismos (Jenkins, Ford y Green, 2015).

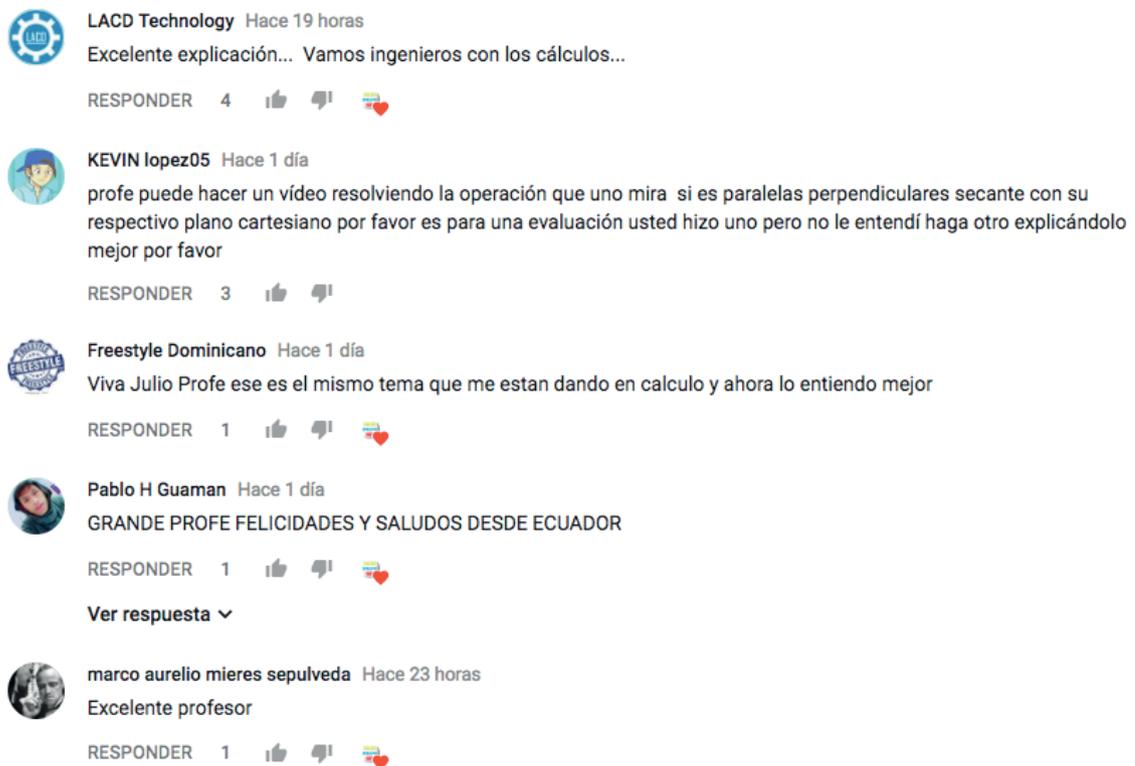
El material audiovisual que produce *Julioprofe* ha trascendido las fronteras durante estos nueve años de trabajo como *youtuber* educativo, algo que se puede evidenciar en la cantidad de suscriptores de gran parte del mundo que posee su canal (1 980 719). La interacción entre *Julioprofe* y sus seguidores se ha generado desde diferentes plataformas de comunicación y ha creado múltiples modelos de participación, como las redes colaborativas y las comunidades de usuarios que realizan una interactividad, ya sea comentando, reproduciendo o enviando por diferentes plataformas web el contenido publicado (Suau y Masip, 2014). Además de ello, por medio de redes sociales, como

Facebook, Twitter o Instagram, se puede percibir un acercamiento mucho más real (Meso, Larrondo, Peña y Rivero, 2014).

Retroalimentación en los contenidos producidos

El canal de *Julioprofe* acumula 6 435 comentarios. El 92,47 % (5 951) de estos comentarios es de agradecimiento, el 5,98 % (385) corresponde a inquietudes, el 1,04 % (87) se relaciona con solicitudes y el 0,18 % (12) con insultos. La cantidad de comentarios positivos demuestra el gran apoyo y credibilidad que este *youtuber* genera en sus usuarios, lo cual se constituye en otro factor que fomenta la propagación y visualización de los videos. La participación constante de usuarios incentiva la participación de otros en los contextos educativos, como lo señala García (2016). Los comentarios son evidencias del carácter y nivel de participación de los usuarios. La Imagen 1 registra algunos de los comentarios.

Imagen 1. Pantallazo de comentarios en el canal de YouTube *Julioprofe*.



Fuente: YouTube (año).

La producción de videos por parte de *Julioprofe*, atendiendo las solicitudes de su comunidad de usuarios, contribuye también a afianzar el vínculo y a potenciar la propagabilidad, porque opera como una condición o estrategia para difundir su contenido en YouTube y las redes sociales.

De las pantallas a la “realidad”

Aparte de las interacciones con la audiencia que logra a través de YouTube y de las demás redes sociales, *Julioprofe* se relaciona directamente con sus seguidores, en su mayoría estudiantes, en las conferencias que realiza; también interactúa con otros docentes de su misma área, tanto en Colombia como en otros países, donde ha sido invitado para hablar sobre su paso de docente tradicional a *youtuber*. Además, *Julioprofe* ha participado en eventos en YouTube, en los cuales ha tenido la oportunidad de conocer a otros creadores de contenido, en su mayoría de entretenimiento. De igual forma, ha recibido capacitaciones por parte de la compañía Google sobre nuevas habilidades para generar más interacción con los suscriptores e incrementar la propagación de sus contenidos.

Julioprofe es consciente que cada vez son más las personas que lo reconocen en las calles y lo abordan para dialogar, agradecerle por sus videos, tomarse fotografías o pedirle autógrafos. Él se ha constituido en una figura pública que tiene presencia en medios de comunicación nacionales y locales, en entrevistas y reportajes.

Uno de los primeros *youtubers* colombianos de matemáticas

En su labor como productor de contenidos, *Julioprofe* ha generado una interactividad productiva al utilizar herramientas digitales para crear diferentes productos. Además de que posee las características esenciales de un prosumidor (publica sus videos en una plataforma digital, en este caso YouTube), su labor requiere un esfuerzo creativo y distinto al que hacen los demás. La actividad de *Julioprofe* se sale de la rutina y de las prácticas profesionales comunes: es uno de los primeros *youtubers* educativos del país.

En la nueva “era digital” *Julioprofe* logra suplir una necesidad de aprendizaje, no solo en sus seguidores más jóvenes, sino en todo el público, el cual ve en él un referente de enseñanza de las matemáticas por medio de herramientas tecnológicas. *Julioprofe*

rompió los paradigmas dentro de los que se concebía una plataforma como YouTube, ya que incursionó en Colombia como *youtuber* educativo y construyó una audiencia que le tiene gran credibilidad y aceptación a sus contenidos, logrando así convertirse en una figura pública en América Latina.

Conclusiones del proceso

A partir de los datos es posible concluir que la propagabilidad del contenido educativo de *Julioprofe* se produce y obedece más a la centralidad del usuario en la selección de temas y al reconocimiento de sus necesidades, que a un trabajo de experimentación con el lenguaje audiovisual o con el uso de recursos didácticos sofisticados. Al caracterizar el contenido audiovisual se evidenció que *Julioprofe* siempre tiene en cuenta las necesidades expresadas por su comunidad a través de YouTube y otras redes sociales oficiales. En la interacción generada por medio de comentarios primó la cultura participativa entre los usuarios y el *youtuber*. Se apreció también que no hubo una transformación significativa de los recursos técnicos y didácticos utilizados en los videos.

Por otra parte, la segmentación de los contenidos educativos puede ser considerada como una estrategia que potencia el proceso de propagabilidad. Los mensajes circulan de forma diferenciada para grupos específicos que hacen parte de su comunidad virtual. *Julioprofe* divide sus videos por temáticas y niveles de escolaridad: primaria, bachillerato y educación superior.

La propuesta de *Julioprofe* parece funcionar como un “modelo educativo a la carta” o bajo demanda: los usuarios eligen el tema y el profesor lo desarrolla. No obstante, dicha elección está supeditada a las exigencias de las instituciones educativas, es decir, si bien el contenido de *Julioprofe* circula en YouTube y se hace cada vez más propagable, las temáticas de sus videos están predeterminadas por los currículos escolares.

El contenido audiovisual de *Julioprofe* logra ser propagado de forma positiva entre su comunidad gracias a la forma en la que hace su trabajo. Se destaca la interactividad que mantiene con sus seguidores a través de comentarios, en los que responde a sus necesidades y solicitudes. Por otra parte, el hecho de que no requiera un alto presupuesto y que la edición de sus videos sea básica, permite afirmar que su comunidad valora más el contenido y la claridad de su mensaje que el lenguaje audiovisual en el que lo presenta.

Asimismo, se concluyó que la propagabilidad de *Julioprofe* se debe, en gran parte, a la manera en que se ha relacionado con sus usuarios a lo largo de su labor como *youtuber* educativo, y a su presencia, no solo de forma virtual sino también presencial, en conferencias y encuentros con seguidores y con otros *youtubers*. Además, el hecho de que él sea un profesional con título universitario se convierte en una condición para que su contenido sea aún más propagable, pues este aspecto brinda credibilidad en los estudiantes de colegios y universidades que buscan sus explicaciones. En ese sentido, se teje una serie compleja de relaciones entre la educación en el aula de clases y aquella que circula por las redes sociales.

Bibliografía

- Cacuri, V. (2013). *Educación con TICS*. Usershop.
- García, A., García, B. C., y López, M. C. (2016). Adolescentes y YouTube: creación, participación y consumo. *Revista Prisma Social*, 60-89.
- García, M. D. (2016). Podcasting y transmedia: el transcasting (Máster de Comunicación). Universidad Nacional de Educación a Distancia. Madrid, España.
- Islas, O. (2009). La convergencia cultural a través de la ecología de medios. *Comunicar*, 17(33), 25-33.
- Jenkins, H. (2013). *Edutopía. On participatory culture (big thinkers series)* [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=1gPm-c1wRsQ>
- Jenkins, H. (2014). *Spreadable content makes the consumer king*. [Video]. YouTube.
- Jenkins, H., Ford, S., y Green, J. (2015). *Cultura transmedia: la creación de contenido y valor en una cultura en red*. Gedisa.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., y Robinson, A. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture. Media Education for the 21st Century*. MacArthur.
- Luciano, M. B. (2011). *Realización audiovisual*. Editorial OUC.
- Masip, P., y Suau, J. (2014). Audiencias activas y modelos de participación en los medios de comunicación españoles. *Hipertext.net*, (12).