

# Estudio de caso de los canales de *edutubers* mexicanos especializados en contenidos para profesores

Case study of Mexican edutubers channels specialized in content for teachers

Dolores Graciela Cordero Arroyo  
gcordero@uabc.edu.mx

Sonia Murillo Peralta  
sonia.murillo@uabc.edu.mx

Isabel Valenzuela Lugo  
a322440@uabc.edu.mx

Recepción: 08 de enero de 2021  
Aceptación: 09 de febrero de 2021

## Resumen

Este artículo presenta un estudio de caso exploratorio y descriptivo de las características de seis canales de *edutubers* mexicanos que desarrollan contenido de interés para profesores de educación básica. La investigación se estructuró en seis pasos: (1) revisión de la literatura; (2) revisión de canales de *edutubers* mexicanos; (3) selección del caso de estudio; (4) identificación de las variables de interés; (5) análisis de los canales de *edutubers* a partir de las variables de interés, y (6) análisis del contenido de los videos más populares de cada canal. Los resultados presentan los datos básicos de los canales y el tipo de contenido más demandado por los maestros. Se concluye que la forma de definir el éxito de los *edutubers* depende de las variables que se consideren. En cuanto al contenido de los videos, existen dos tipos básicos: informativos y formativos, ambos igualmente demandados por el profesorado.

**Palabras clave:** Análisis de contenido, *Edutubers*, profesorado.

## Abstract

This article presents an exploratory and descriptive case study of the characteristics of six channels of Mexican edutubers that develop content of interest to basic education teachers. The research was structured in six steps: (1) literature review; (2) review of Mexican edutubers channels; (3) selection of the case study; (4) identification of the variables of interest; (5) analysis of the edutubers channels based on the variables of interest, and (6) analysis of the content of the most popular videos of each channel. The results present the basic data of the channels and the type of content most demanded

by teachers. It is concluded that the way to define the success of edutubers depends on the variables considered. Regarding the content of the videos, there are two basic types: informative and formative, both equally demanded by teachers.

**Key words:** Content analysis, Edutubers, teachers.

### Introducción

*YouTube* fue creado en 2005 (Antolín, 2011). Se define como “la videoteca abierta más grande del mundo la cual permite que los usuarios puedan producir y compartir videos con otras personas rompiendo las limitaciones del tiempo y el espacio” (López, 2018, p.3). En sus inicios, los videos difundidos por *YouTube* giraban en torno a temas prácticos relacionados a cocina, acondicionamiento físico, manualidades, entretenimiento, entre otros, generalmente presentados por jóvenes (Berzosa, 2017). A 15 años de su creación, la videoteca aborda temáticas en todas las áreas del quehacer humano. Según datos de *YouTube*, el número de usuarios por mes asciende a 2,000 millones y la plataforma está disponible en más de 100 países y 80 idiomas diferentes (*YouTube*, s.f.).

El término *Youtuber* se acuñó en 2009 a raíz del artículo ¿Quiénes son los *Youtubers*? para designar a los usuarios de *YouTube* (Moreno, 2013). Recientemente el término *Youtuber* se aplica, en general, a los desarrolladores de contenido en una amplia gama de temas (López, Maza-Córdova y Tusa, 2020). El crecimiento del interés en la producción de videos en diversas temáticas ha posibilitado el desarrollo de perfiles especializados de creadores. De acuerdo con la *YouTube*-*Pedia*, (Lawliet, 2012) existen, por ejemplo, los *streamers* (como se denomina a los productores que hacen transmisiones en vivo) y los *booktubers* (dedicados a reseñar contenido de libros).

Para la realización de los videos, los creadores cuentan con el apoyo de *YouTube Spaces* y de la Academia de Creadores de *YouTube* (Valde-rama y Velasco, 2018).

Este artículo se centra en los *Youtubers* educativos o *edutubers*. Desde 2014, la plataforma reconoció la importancia de esta red en la función educativa (Delgado, 2019). De acuerdo con los datos del propio *Google*, cada día se realizan mil millones de visitas a videos de este tipo y se comparten más de un millón de ellos (Sánchez-Silva, 2019). Un *edutuber* se define, de manera genérica, como “*Youtubers* que dirigen canales cuyo contenido está principalmente enfocado en la educación y difusión del conocimiento. Es decir, se especializan en producir videos educativos para *YouTube*” (López, 2019, p.179). Uno de los videos educativos más solicitados son los tutoriales. Este tipo de videos suelen dar instrucciones claras con un lenguaje sencillo por lo que el 80% de los usuarios suelen considerar *YouTube* como su primera opción al querer aprender algo nuevo en América Latina (Delgado, 2019).

En México existe una comunidad importante de *edutubers* integrada por más de 65 canales con contenido dirigido a estudiantes de todos los niveles educativos en los siguientes temas: pensamiento matemático, biología, física, química, historia, divulgación científica, tecnología, psicología y contenido para niños (*Edutubers*, 2020). Dos ejemplos de este tipo de canales son *La Ciencia detrás de...* (especializado en divulgación de la ciencia) y *Wikiseba* (especializado en la divulgación de la biología). Si bien no se considera que esta opción pueda reemplazar el aula de clases, el contenido de los videos apoya a los alumnos en su aprendizaje (Delgado, 2019). Por eso, es cada vez más común que los docentes suban contenido a *YouTube*, convirtiéndose en *edutubers*.

Otro tipo de *edutubers* son los creadores de contenido con temas de interés exclusivamente para la comunidad de los docentes. En el contexto del confinamiento preventivo obligatorio y todo lo que el cierre de las escuelas implicó para el profesorado, se observó que las cifras de este tipo de canales aumentaron. Al notar este fenómeno en crecimiento se consideró de interés realizar una investigación exploratoria para conocer este tipo de canales. Se plantearon dos preguntas básicas de investigación: ¿Cuáles son las características generales de los canales de YouTube que producen contenido dirigido a docentes de educación básica en México? ¿Qué tipo de contenido manejan estos canales?

## Metodología

El trabajo de investigación es descriptivo y exploratorio y se desarrolló con enfoque cualitativo. Se utilizó para ello el diseño transeccional-exploratorio en virtud, de que su intencionalidad es recabar información en un período determinado (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). El método utilizado para analizar los canales y videos es el análisis de contenido (Cáceres, 2003) lo cual permite caracterizar de manera descriptiva el fenómeno de interés (Armería y Arias, 2019). La investigación se desarrolló en seis etapas.

### 1) Revisión de la literatura

Se llevó a cabo una revisión de la bibliografía existente en bases de datos abiertas como EBSCO, Google Académico, Redalyc, Scielo, Dialnet, entre otras, a fin de seleccionar la literatura relevante. Se observó que en Iberoamérica se han producido trabajos que estudian los canales que producen videos educativos didácticos para estudiantes de todos los niveles educativos. Como ejemplo de este tipo de trabajos se identificaron las investigaciones de López (2018); López, Maza-Córdova, Pacheco y Tusa (2018);

López et al. (2020), así como la tesis doctoral realizada por López (2019).

Los canales con temas de interés exclusivo para maestros son menos reconocidos por la investigación. En las bases de datos consultadas no se identificaron publicaciones acerca de este tipo de canales en México.

### 2) Revisión de canales de *edutubers* mexicanos

Se efectuó una exploración en la plataforma de YouTube de los canales cuyo contenido está enfocado en la educación. De ese universo de canales, se seleccionaron aquellos que son producidos por *edutubers* mexicanos. Como producto de la revisión efectuada se identificaron dos tipos de canales:

1. Los que desarrollan contenido para los estudiantes de educación básica, media superior y superior y están especializados en distintas áreas de conocimiento: Matemáticas, Biología, Química, Física, Astrofísica, Historia, Arte y Neurociencias.
2. Los que se dirigen al profesorado de educación básica y desarrollan contenido de interés para este grupo profesional.

### 3) Selección del caso de estudio

Dado que el interés de este estudio son los canales cuyo contenido es de interés del profesorado mexicano de educación básica, se seleccionaron los canales que cumplieran con este criterio básico. No se buscaron canales dirigidos a profesores de educación media superior o superior o para profesores de otros países. El caso se integró por 6 canales. La tabla 1 muestra los canales seleccionados en orden alfabético.

Tabla 1.  
Canales seleccionados en la investigación

#	Nombre del Canal	Ligas de las páginas principales de los canales
1	Acción Docente	<a href="https://www.youtube.com/results?search_query=acci%C3%B3n+docente">https://www.youtube.com/results?search_query=acci%C3%B3n+docente</a>
2	Ahora que Hago Profe (sic)	<a href="https://www.youtube.com/results?search_query=ahora+que+hago+profe">https://www.youtube.com/results?search_query=ahora+que+hago+profe</a>
3	Alex Duve	<a href="https://www.youtube.com/results?search_query=Alex+Duve">https://www.youtube.com/results?search_query=Alex+Duve</a>
4	José Damián Pérez González	<a href="https://www.youtube.com/results?search_query=jose+damian+perez+gonzalez">https://www.youtube.com/results?search_query=jose+damian+perez+gonzalez</a>
5	Santos Rivera	<a href="https://www.youtube.com/results?search_query=Santos+Rivera">https://www.youtube.com/results?search_query=Santos+Rivera</a>
6	Soy Docente	<a href="https://www.youtube.com/results?search_query=Soy+Docente">https://www.youtube.com/results?search_query=Soy+Docente</a>

Fuente: Elaboración propia.

#### 4) Identificación de las variables de interés

A partir de la revisión de estudios previos (López, 2019; López et al., 2020) se identificaron las variables de estudio en los canales de los *edutubers*, las cuales se listan en la Tabla 2.

Tabla 2.  
Variables

No.	Variable
1	Nombre del canal
2	Nombre del <i>edutuber</i>
3	Fecha de creación del canal
4	Formación profesional del <i>edutuber</i>
5	Otras actividades del <i>edutuber</i>
6	Número de seguidores
7	Número de visualizaciones
8	Número de total de videos
9	Popularidad de los <i>edutubers</i>
10	Otros canales del <i>edutuber</i>
11	Otras redes sociales utilizadas del <i>edutuber</i>
12	Propósitos del canal
13	Contenido del canal

Fuente: Elaboración propia.

#### 5) Análisis de los canales de *edutubers* a partir de las variables de interés

Para dar respuesta a las primeras doce variables, se hizo una búsqueda en la página principal de los canales seleccionados. En cuanto a la variable 13, contenido del canal, se realizó un análisis de contenido de los videos con mayor número de visualizaciones.

Cada canal presenta, en su página principal, la información del logotipo, número de suscriptores y número de videos. En esta página se encuentran una serie de pestañas, la correspondiente a 'Más información' contiene datos relacionados con la fecha de creación, el número de visualizaciones, una descripción general del contenido y del creador del canal, además de otras actividades y redes sociales utilizadas. La información acerca de otros canales manejados por el *edutuber* se encuentra en la pestaña denominada 'Canales'. De esta forma, la información nece-

saría para revisar las doce variables de interés se encontró en la propia página del *edutuber*. A partir de estos datos se determinó el canal más popular mediante la obtención de un promedio de visualizaciones. Éste se obtuvo de la suma de las visualizaciones de los 10 videos más vistos de cada *edutuber* y se dividió entre el mismo número de videos. Mediante la comparación de dichos promedios, se determinó su popularidad. Este análisis se hizo el día 8 de diciembre de 2020. Se considera importante puntualizar la fecha de la recuperación de la información dado el gran dinamismo de *YouTube*.

#### *6) Análisis de contenido de los videos más populares de cada canal*

Como se mencionó anteriormente, la información relativa a la variable 13 se obtuvo mediante el análisis de contenido de los videos identificados como los más populares de cada canal de acuerdo con la plataforma de *YouTube* en función del número de visualizaciones. Para obtener la lista de los videos más populares, se siguió este procedimiento. La pestaña de 'Videos' cuenta con la herramienta 'Ordenar por', la cual tiene dos opciones: por popularidad o por fecha de subida. Los videos de los seis canales se ordenaron por popularidad. Se identificaron los 10 videos más populares por cada *edutuber*, es decir, un total de 60 videos.

A cada uno de los videos se les asignó una clave, conformada por las iniciales del nombre del canal, y se le añadió el número correspondiente a su posición en la lista dentro de los diez más populares de cada canal. Los 60 videos se visualizaron y se realizó una categorización inductiva del contenido (Cáceres, 2003). Se procedió a establecer un código o unidad de análisis para cada una de las clasificaciones realizadas, así como su frecuencia. A continuación, se agruparon en categorías aquellos videos que tenían temáticas comunes. Por último, se procedió a la

definición de las categorías y los códigos obtenidos en cada caso.

## **Resultados**

Los canales se denominan de manera diversa. En la denominación de tres de ellos se identificó que se usa una frase corta relacionada con la profesión del *edutuber* ('Soy Docente', 'Ahora que Hago Profe' y 'Acción Docente'); dos utilizan el nombre propio del *edutuber* ('Santos Rivera' y 'José Damián Pérez González') y uno de ellos utiliza un acrónimo de su nombre y apellido ('Alex Duve').

Algunos de los creadores dan su nombre completo y otros no lo reportan. El canal Soy Docente es administrado por el profesor Jaime Mendoza; 'Santos Rivera' y 'José Damián Pérez González' son los nombres de los creadores y de sus canales. El canal 'Alex Duve' es de Ulises Alejandro Duarte Velázquez. El autor del canal 'Ahora que Hago Profe' es David Denis. El canal de 'Acción Docente' no da el nombre de su creador en sus videos o en sus redes alternas.

En lo que respecta a la fecha de creación del canal, tercera variable, se observó que el más antiguo es el de 'José Damián Pérez González' que data del 11 de noviembre del 2007; seguido de 'Santos Rivera' y 'Alex Duve' con fecha del 1 y 20 de abril del 2008 respectivamente; 'Soy Docente' inició el 16 de septiembre del 2011; 'Acción Docente', el 14 de diciembre de 2019 y, por último, 'Ahora que Hago Profe' fue creado el 4 de mayo del 2020.

En cuanto a la información acerca de la formación u ocupación profesional del *edutuber*, los creadores señalan dedicarse a la docencia. A partir de la información que los propios creadores declaran en el canal, se sabe que uno de ellos tiene la licenciatura y estudia un posgrado

(‘Ahora que Hago Profe’) y otro de ellos tiene un doctorado (‘Alex Duve’). ‘Soy Docente’, ‘Santos Rivera’ y ‘José Damián Pérez González’ no especifican su grado académico en la pestaña ‘Más información’. En el caso de ‘Acción Docente’ no se pudo obtener esta información. Todos dicen realizar actividades alternas tales como: asesorías, consultorías, diseño de programas educativos a nivel estatal y manejo de otros canales. Nuevamente en el caso de ‘Acción Docente’, esta información no se pudo verificar.

El número de seguidores que tiene cada canal de los *edutubers* es muy variable. En la tabla 3 se puede apreciar que el canal con mayor número de seguidores es ‘Soy Docente’ que cuenta con 511,000 seguidores, seguido por el canal ‘Santos Rivera’ con 118,000 seguidores, ‘Alex Duve’ con 107,000, ‘Ahora que Hago Profe’ con 31,000; ‘Acción Docente’ tiene 21,000 y por último ‘José Damián Pérez González’ con 14,700.

En cuanto al dato del número de visualizaciones que tiene cada uno de los canales, se puede observar que el canal que tiene más visualizaciones es ‘Soy Docente’ con 77,082,782. El canal que está en segundo lugar es ‘Alex Duve’ tiene 12,313,413, después ‘Santos Rivera’ con 12,265,322. En cuarto lugar, se encuentra

‘José Damián Pérez González’ con 3,205,011; seguido de ‘Acción Docente’ quien cuenta con 1,644,692 de visualizaciones y por último ‘Ahora que Hago Profe’ con la cantidad de 935,853.

La octava variable es el número de videos producidos por cada *edutubers* en su canal. Los datos son los siguientes: 2,087 videos corresponden al canal de ‘Soy Docente’, seguido por el canal de ‘Alex Duve’ con 903, ‘Acción Docente’ con 740, ‘Santos Rivera’ con 344, ‘José Damián Pérez González’ con 261 y ‘Ahora que Hago Profe’ con 30 videos.

La tabla 4 muestra la popularidad de los *YouTubers* elegidos. El canal ‘Soy Docente’ es el que encabeza la lista, con un promedio de visualizaciones de 165,581. El que ocupa el segundo lugar en popularidad es ‘Acción Docente’ con un promedio de 57,681. En tercer lugar, se encuentra ‘Santos Rivera’ cuyo promedio asciende a 52,847. Seguido de éste, se encuentra ‘Alex Duve’ con un promedio de 46,362. Ocupando la quinta posición está ‘José Damián Pérez González’ cuyo promedio es de 41,761 y por último se encuentra ‘Ahora Que Hago Profe’ cuyo promedio es de 19,279.

Tabla 4.  
Promedios de visualizaciones de los canales

Canal	Promedio de visualizaciones (al 7 de diciembre de 2020)
Soy Docente	165,581
Acción Docente	57,681
Santos Rivera	52,847
Alex Duve	46,362
José Damián Pérez González	41,761
Ahora Que Hago Profe	19,279

Fuente: Elaboración propia.

Dada la variabilidad de los datos de números de seguidores, número de visualizaciones y número total de videos, se consideró que este promedio permite identificar con mayor claridad los resultados de cada uno de los canales. Es posible observar que el canal 'Soy Docente' tiene un número mucho mayor de visualizaciones que el resto de los *edutubers* y que está muy alejado del resto de sus compañeros. Este dato se complementa con el análisis de contenido de sus videos a fin de conocer las razones por la cuales el profesorado muestra tanto interés en este canal.

La décima variable hace referencia a otros canales que manejan los *edutubers* (cuyos contenidos no se analizaron por no formar parte del objetivo de este trabajo). Solo dos creadores manejan

canales alternos. 'Soy Docente' tiene dos canales adicionales 'James blogs' y 'Mate-blogs', mientras que 'Alex Duve' dirige el canal denominado 'Metodología de la Investigación'.

En el tema de otras redes sociales utilizadas por los *edutubers*, se observó que la opción más común es Facebook, seguida de Instagram y Twitter. Los canales 'Acción docente' y 'José Damían Pérez González' no dan información al respecto. Sin embargo, se realizó una búsqueda en Facebook y se encontró que 'Acción Docente' sí publica información en esta red social.

Tabla 3.  
Datos de las variables de interés (al 8 de dic de 2020)

Nombre del canal	Nombre del edutuber	Fecha de creación del canal	Formación profesional	Otras actividades realizadas por el edutuber	Número de seguidores	Número de visualizaciones	Número total de videos	Otros canales	Otras redes sociales utilizadas
Soy Docente	Jaime Mendoza	16 de sept 2011	Profesor de matemáticas	Docente, otros canales.	511,000	77,082,782	2,087	James vlogs, Mate-blogs	Facebook Instagram Twitter
Santos Rivera	Santos Rivera	1 de abril 2010	Docente	Asesor educativo	118,000	12,265,322	344	No	Facebook Instagram
Alex Duve	Ulises Alejandro Duarte Velázquez	20 de abril 2008	Doctorado	Asesor en investigación	107,000	12,313,413	903	Metodología de la investigación	Facebook Twitter Instagram
Ahora que Hago Profe	David Denis	4 de mayo 2020	Lic. en Educación Primaria	Maestría en Intervención Pedagógica y Aprendizaje Escolar	31,000	935,853	30	No	Facebook Instagram
Acción Docente	Sin información	14 de diciembre 2019	Sin información	Sin información	21,000	1,644,692	740	No	Sin información
José Damían Pérez González	José Damían Pérez González	11 de noviembre 2007	Catedrático de posgrado	Consultor educativo, escritor y diseñador de programas educativos	14,700	3,205,011	261	No	No

Fuente: Elaboración propia con base en López, 2019.

En lo que respecta a la variable 12, la cual hace referencia a los propósitos de los videos declarados en los canales pueden resumirse en: informar, asesorar, orientar y ayudar. Para 'Soy Docente' su prioridad es informar a todos los docentes en relación con los cambios educativos y la oferta en cursos existentes. 'Alex Duve' indica que su finalidad es compartir información educativa y formativa. 'Santos Rivera' brinda asesoría y orientación para mejorar la práctica docente en el nivel de Educación Básica. El canal 'Acción Docente' no proporciona información al respecto. Para el creador de 'Ahora que Hago Profe' su interés es tener una forma de ayudarse entre maestros y padres de familia. 'José Damián Pérez González' no especifica el propósito de la creación de su canal, únicamente menciona las actividades que realiza. El análisis de contenido inductivo de los 6 canales corresponde a la variable 13. Este análisis permitió identificar siete categorías temáticas:

1. Análisis de las políticas federales
2. Alfabetización digital
3. Recomendaciones para el trabajo docente en el contexto del confinamiento
4. Identificación y reforzamiento de aprendizajes
5. Estrategias y dinámicas de trabajo en el aula
6. Información de cursos y talleres
7. Otras temáticas

En la tabla 4 se presentan los resultados del análisis de contenido. La categoría con un mayor número de videos es la de análisis de políticas federales. En ésta se agruparon videos con información oficial de la Secretaría de Educación Pública (SEP) publicada en los diarios y documentos oficiales y presentada a los medios de comunicación, así como su interpretación, análisis y comentarios. En esta categoría se identificaron 23 videos, los cuales representan el 38% del total.

La alfabetización digital ocupa el segundo lugar en importancia, con un 35% de los videos revisados. Se entiende por alfabetización digital:

Un conjunto de conocimientos, habilidades y competencias que es necesario adquirir para el uso funcional y constructivo de las TIC, por lo tanto, se concluye que la alfabetización digital es la construcción de conocimiento a través de distintas fuentes y herramientas y no solo orientado a la web. (Glister y Glister, 1997 como se citó en Guayara, Millán y Gómez, 2019, p.39).

La pandemia originada por el COVID-19 ocasionó un cambio vertiginoso en la práctica docente. La forma tradicional de ejercer la docencia fue modificada por el uso de medios tecnológicos ante el cierre de las escuelas (Norman-Acevedo y Daza-Orozco, 2020). La falta de conocimiento y/o dominio de la tecnología hizo necesario aprender o actualizarse en un tiempo récord (Teruel y Teruel, 2020) para responder a las vicisitudes producto de la pandemia (Rodríguez, López, Marín y Castro, 2020). Ante esta situación los docentes requirieron de tutoriales como apoyo, orientación y guía en relación con el uso y aplicación de las diferentes herramientas digitales (Norman-Acevedo y Daza-Orozco, 2020). Por ejemplo, se incluyen tutoriales para el uso de *Google suite*, *Zoom*, *WhatsApp*, *ScreenCast-O-Matic* y *PowerPoint*, presentados por 'Alex Duve', 'Santos Rivera' y 'Ahora que Hago Profe'.

En lo que respecta a la categoría que engloba las recomendaciones para el trabajo docente en el contexto del confinamiento, en estos videos se revisan las actividades diseñadas por la SEP en el canal de Aprende en Casa II y ofrece sugerencias generales para facilitar el trabajo docente. En estos videos se encontró información que responde a la necesidad del docente para mantenerse al día de manera rápida y fácil en cuanto a la programación y los canales de difusión del programa Aprende en Casa II.

En cuanto a la categoría denominada Identificación y reforzamiento de aprendizajes, ésta hace referencia a videos que orientan a los docentes acerca de cómo preparar material requerido para llevar a cabo las actividades indicadas en la guía de los talleres, así como para el desarrollo de las actividades de las sesiones del Consejo Técnico Escolar (CTE). A través de los videos, el *edutuber* asesora y guía a los docentes, con el fin de que se preparen con anticipación para el desarrollo de las actividades programadas para dicho taller.

Las categorías con menor frecuencia refieren a Estrategias y dinámicas de trabajo en las sesiones sincrónicas. Estos videos sugieren, por

ejemplo, actividades como pausas activas que ayuden a la concentración de estudiantes que permanecen mucho tiempo frente a la computadora, televisor o teléfonos.

La categoría Otras incluye videos con diversas situaciones de aula. Por último, la categoría relativa a la Información de cursos y talleres integra videos que presentan las características generales de cursos ofrecidos e impartidos por la SEP y por la Universidad Pedagógica Nacional, los cuales son un recurso disponible para la formación continua del profesorado (Expósito y Marsollier, 2020) y les permite mantenerse actualizados en su quehacer docente.

Tabla 4.  
Definición de categorías temáticas (de acuerdo con el contenido de los 10 videos más populares de cada canal el 7 de diciembre 2020)

Categoría	Definición	No. de videos	%
Análisis de las políticas federales	Videos con información acerca de acuerdos y disposiciones federales publicadas por diferentes medios de comunicación, así como su interpretación y análisis.	23	38
Alfabetización digital	Videos que orientan a los profesores en el uso de plataformas y aplicaciones digitales.	21	35
Recomendaciones para el trabajo docente en el contexto del confinamiento	Videos que revisan las actividades diseñadas por la SEP en el canal de Aprende en Casa II y que ofrecen sugerencias generales para el trabajo docente en confinamiento.	4	7
Identificación y reforzamiento de aprendizajes	Videos que orientan a los docentes acerca de cómo preparar material requerido para llevar a cabo las actividades indicadas en las guías de los talleres intensivos de capacitación horizonte; así como para el desarrollo de las actividades de las sesiones del CTE.	4	7
Estrategias y dinámicas de trabajo en sesiones sincrónicas	Videos que presentan sugerencias a los docentes para mejorar la dinámica de trabajo en las sesiones sincrónicas.	3	5
Otras	Videos que presentan otras situaciones.	3	5
Información de cursos y talleres	Videos que presentan las características generales de cursos impartidos por instancias oficiales.	2	3
Total		60	100

Fuente: Elaboración propia.

## Conclusiones

*Youtube* surge en 2005 y desde entonces ha tenido un crecimiento exponencial. Esta plataforma se ha convertido en una herramienta importante para la difusión de contenido educativo y la popularización de tutoriales. Según *Google*, siete de cada 10 visitantes entran a la plataforma a aprender algo (Delgado, 2019).

Este estudio se centró en los *edutubers* que producen contenido específicamente para maestros de educación básica y declaran explícitamente su interés en asesorar y orientar a sus compañeros. Los *edutubers* mexicanos de este estudio son hombres, profesores en servicio o que trabajan en el sistema educativo, por lo que ser *YouTube* no es su labor principal. La información que los *edutubers* proporcionan en su canal no es suficiente para caracterizar su formación y experiencia.

Es difícil reconocer cuál es el criterio clave para definir el éxito del canal. Tres variables importantes son, el número de seguidores, el número de videos y el número de visualizaciones. En el caso de este estudio, se obtuvo como criterio adicional el promedio de visualizaciones de los 10 videos más exitosos en la historia del canal.

De los seis canales estudiados, es evidente que el más exitoso es el canal 'Soy Docente', pues es el canal que tiene un mayor número de seguidores, el mayor número de visualizaciones y también el mayor número de videos. También es el que registra el mayor promedio de visualizaciones. El profesor Jaime Mendoza declara con precisión sus propósitos, casi diariamente publica un video con la información importante '{, l del día, sus contenidos abarcan todas las categorías de contenido identificadas; además, los domingos hace sesiones en vivo para contestar dudas de los temas de actualidad. Recientemente también se observó que realiza videos con otros *edu-*

*tubers*, 'Santos Rivera' y 'Alex Duve', actividad que denominó "crossovers educativos".

En un segundo grupo, se reconocen los canales de 'Alex Duve' y de 'Santos Rivera'. Si bien hay una diferencia notable en el número de videos, sus seguidores y visualizaciones son similares. Finalmente, un tercer grupo lo conforman los canales 'Acción docente', 'Ahora que Hago Profe' y 'José Damián Pérez González' cuyos números son relativamente bajos comparados con los otros tres *edutubers*. Sin embargo, el canal 'Acción docente' tiene 21,000 seguidores con 1,644,692 visualizaciones, lo cual hace que este canal tenga el segundo lugar en el promedio de visualizaciones del grupo a tan solo un año de vida.

A partir del análisis de contenido de los 10 videos más populares de cada canal al 8 de diciembre de 2020, se concluyó que 41% de los videos tienen un carácter informativo. En esta temática general se agruparon los videos de las categorías de Análisis de políticas federales e información de cursos y talleres. Los temas que más destacan son aquellos que proporcionan información concerniente a disposiciones y políticas federales en materia de educación. Ejemplos de este caso es la revisión de la legislación vigente, de los lineamientos de promociones verticales y horizontales. Los *edutubers* ofrecen al docente información actualizada y comentada. De igual manera la plataforma permite la comunicación entre estos actores a través de mensajes y de esta manera disipar las dudas que los docentes pudieran tener.

El 54% de los videos tienen un propósito formativo. Con este fin se identificaron las categorías: alfabetización digital, recomendaciones para el trabajo docente en el contexto del confinamiento, Identificación y reforzamiento de aprendizajes, estrategias y dinámicas de trabajo en las sesiones sincrónicas. En cuanto al tema de la

alfabetización digital, se puede decir que ésta es de sumo interés para los docentes, debido a que el confinamiento preventivo ha demandado el uso de diversos tipos de recursos tecnológicos y aplicaciones que no dominaban los maestros. Esto pone de manifiesto, como lo menciona Bermúdez (2020), que la brecha digital también aplica para los docentes. Dicha brecha, según Servon (como se citó en Cortés, 2009), puede ser analizada desde tres dimensiones, la primera es en relación con el acceso a las TIC, en la segunda se hace referencia a las habilidades que se necesitan para el uso de las tecnologías, y la tercera corresponde a los contenidos. Los docentes buscan a los *edutubers* para resolver la brecha de desarrollo de habilidades para el uso de la tecnología. En este caso se encuentran videos acerca de cómo dar clases a través de *WhatsApp* o de *Zoom*, cómo hacer exámenes utilizando los formularios de *Google*, el uso de la pizarra virtual de *Google Meet*, cómo añadir audio al aula virtual con *Google Slides*, entre otros. También los orientan acerca de cómo utilizar los recursos de *Aprende en Casa II*, así como para desarrollar las actividades de la guía del CTE.

Los videos informativos y formativos cumplen una función social. Proporcionan información oportuna y actualizada al profesorado; por el hecho de que los *edutubers* son profesores, sus comentarios son contextualizados y hacen interpretaciones de la información oficial basadas en su experiencia. En el aspecto formativo, en sus tutoriales acompañan a sus colegas, explican procedimientos y prácticas que facilitan el trabajo de los maestros. Su función formativa puede equipararse a la formación 'a partir del otro' (Calvo, 2014). Los *edutubers* son un tipo de asesores técnico pedagógicos virtuales que están cercanos a los maestros y facilitan información a los maestros para resolver sus dudas de manera oportuna y actualizada en términos familiares para los docentes.

Este artículo presenta una primera exploración de un tema que, con seguridad, será una línea de investigación futura, dada la importancia que tiene la plataforma de *YouTube*. Los *edutubers* son un fenómeno importante en la divulgación del conocimiento (López, 2018) pero también ofrecen al maestro "cercanía, familiaridad, concisión y comprensión" (López et al., 2020, p. 199), lo cual los convertirá en un recurso cada vez más solicitado por el profesorado.

## Referencias

- Antolín, R. (2011). *YouTube como paradigma del vídeo y la televisión en la Web 2.0*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/16111/1/T33817.pdf>
- Bermúdez, L. M. (2020). El COVID-19 nos pasa al tablero. *Educación, investigación e innovación en emergencia*, (117), 10-11. Recuperado de <https://revistas.idep.edu.co/index.php/mau/issue/view/166>
- Berzosa, M. (2017). *YouTubers y otras especies. El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales*. Ariel. Recuperado de <https://www.fundaciontelefonica.com/cultura-digital/publicaciones/581/>
- Cáceres, P. (2003). Análisis cualitativo de contenido: una alternativa metodológica alcanzable. *Psicoperspectivas*, 2(1), 53-81. doi: 10.5027/psicoperspectivas-vol2-issue1-fulltext-3
- Calvo, G. (2014). Desarrollo profesional docente: el aprendizaje profesional colaborativo. En *temas críticos para formular nuevas políticas docentes en América Latina y el Caribe: el debate actual*. UNESCO. Recuperado de <https://bit.ly/3qYbvby>

- Cortés, J. (2009). Reseña del libro: "¿Qué es la brecha digital?: una introducción al nuevo rostro de la desigualdad". [Reseña del libro ¿Qué es la brecha digital?: una introducción al nuevo rostro de la desigualdad de R. Flores]. *Investigación Bibliotecológica*. 23(48), 233-239. doi: <http://dx.doi.org/10.22201/iibi.0187358xp.2009.48.16978>
- Delgado, P. (2019, 18 de noviembre). YouTube educativo: una herramienta para los alumnos. *Observatorio de Innovación Educativa*. Recuperado de <https://observatorio.tec.mx/edu-news/edutubers>
- Edutubers. (2020). Contenidos por materias. Recuperado de <https://www.edutubers.net/>
- Expósito, C. y Marsollier, R. (2020). Virtualidad y educación en tiempos de COVID-19. Un estudio empírico en Argentina. *Educación y Humanismo*, 22(39), 1-22. Recuperado de <https://doi.org/10.17081/eduhum.22.39.4214>
- Guayara, C., Millán, E. y Gómez, C. (2019). Diseño de un curso virtual de alfabetización digital para docentes de la Universidad de la Amazonia. *Revista Científica*, 34(1), 34-48. Recuperado de <https://doi.org/10.14483/23448350.13314>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Concepción o elección del diseño de investigación. En *Metodología de la Investigación*. (pp. 126-169). México. McGraw-Hill. Recuperado de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Lawliet, J. (25 de julio de 2012). Fandom. *WikiYouTubePedia*. Recuperado de [https://youtube.fandom.com/es/wiki/Wiki\\_Youtube\\_Pedia](https://youtube.fandom.com/es/wiki/Wiki_Youtube_Pedia)
- López, J. L. (2019). El fenómeno de los edutubers: Estudio sobre las habilidades comunicativas de los YouTubers educativos más populares (Tesis Doctoral). Universidad Austral. Argentina. Recuperado de [https://riu.austral.edu.ar/bitstream/handle/123456789/874/JoseLuisLópez\\_Tesis-Doctorado.p](https://riu.austral.edu.ar/bitstream/handle/123456789/874/JoseLuisLópez_Tesis-Doctorado.p)
- López, J. L. (2018). YouTube como herramienta para la construcción de la sociedad del conocimiento. *Rehuso*, 3(1), 1-16. Recuperado de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso/article/view/1225/1022df?sequence=1>
- López, J. L., Maza-Córdova, J., Pacheco, P. y Tusa, F. (2018). YouTube en educación: El cybersalon de clases de David Calle. *Conference Proceedings*, 2(1). 82-90. <http://investigacion.utmachala.edu.ec/proceedings/index.php/utmach/index>
- López, J. L., Maza-Córdova, J. y Tusa, F. (2020). Educar en el contexto digital: el reto de ser edutuber. *Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de la Información*, (E25), 188-200. Recuperado de <http://www.risti.xyz/issues/ristie25.pdf>
- Lucero, J. A. (2016). Del libro de texto a YouTube; una aproximación a las nuevas tecnologías y a las nuevas formas de aprendizaje. *Revista de Estudios Socioeducativos*, (4), 185-187.
- Moreno, A. (2013). *Homecasting: visualidades contemporáneas*. Acerca de contenidos audiovisuales de producción casera publicados en el portal YouTube. (Tesis doctoral). Universidad Nacional de la Plata. Argentina. Recuperado de <https://doi.org/10.35537/10915/34518>

- Norman-Acevedo, E. y Daza-Orozco, C. E. (2020). Construcción de contenidos para la enseñanza virtual: Retos coyunturales en el confinamiento. *Panorama*, 14(27), 5-13. doi: <https://doi.org/10.15765/pnrm.v14i27.1517>
- Rodríguez, J., López, S., Marín, D. y Castro, M. M. (2020). Materiales educativos y coronavirus en tiempos de confinamiento. *Praxis Educativa*, 15, 1-20. Recuperado de <https://doi.org/10.5212/PraxEduc.v.15.15776.056>
- Sánchez-Silva, C. (2019, 23 de marzo). 'Edu-tuber', una profesión que da dinero. *El País*. Recuperado de [https://elpais.com/economia/2019/03/22/actualidad/1553261359\\_753524.html](https://elpais.com/economia/2019/03/22/actualidad/1553261359_753524.html)
- Teruel-Naval, E y Teruel-Naval, R. (2020). La escuela durante el confinamiento. *Súper Visión 21. Revista de Educación e Inspección*, (56), 1-16. Recuperado de <https://usie.es/supervision21/wp-content/uploads/sites/2/2020/05/SP21-56-Escuela-durante-el-confinamiento-Teruel-Naval-R-y-T.pdf>
- Valderrama, M. y Velasco, P. (2018). ¿Programando la creación? Una exploración al campo socio-técnico de YouTube en Chile. *Cuadernos.Inf*, (42), 39-53. Recuperado de <https://doi.org/10.7764/cdi.42.1370>
- YouTube. (s.f.). *Estadísticas de YouTube*. YouTube para la prensa. Recuperado de <https://www.youtube.com/intl/es-419/about/press/>