

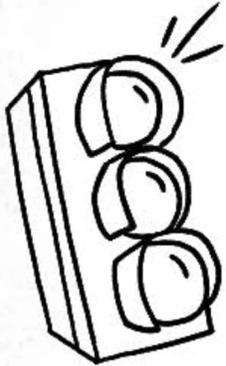
Crear Contenido para

 YouTube Kids

Guía
práctica



Índice



Normas que debes seguir

Información para los creadores

Qué debes hacer

Qué no debes hacer



Conoce a tu audiencia

Sentimientos: desarrollo social y emocional

Pensamientos: desarrollo cognitivo

Movimiento: desarrollo físico

Vivencias: entorno y experiencias

Risa: desarrollo del sentido del humor



Capta la atención de tu audiencia

Personaje: crea conexiones

Argumento: cuenta una buena historia

Interacción: traspasa la pantalla

Autenticidad: sé tal como eres

Familia: ve y crea vlogs en familia

Aporta algo a tu audiencia

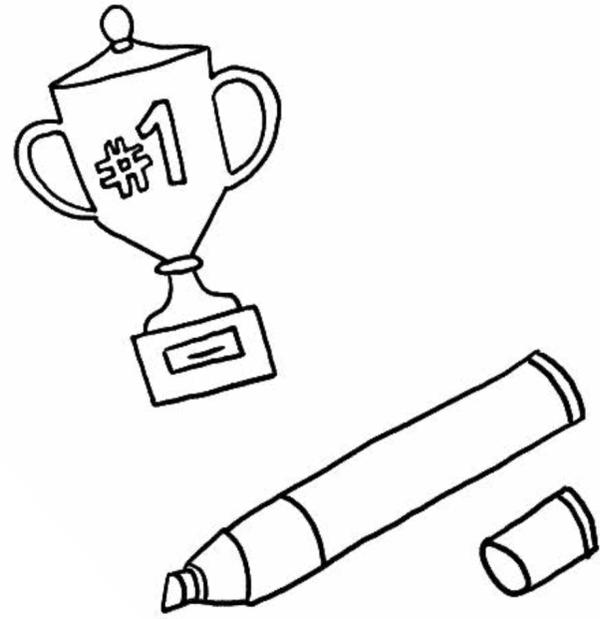
Objetivos: elabora un plan

Investigación: busca a fondo

Vocabulario: hazte entender

Mnemotecnia: consigue que sea inolvidable

Reclamos: no prometas demasiado



Impresiona a tu audiencia

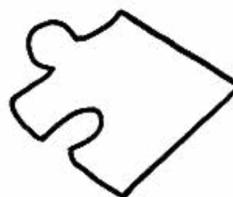
Aspecto: producción visual

Sonido: producción de audio

Promoción: compartir es vivir

Sondeos: sugerencias y análisis

Colaboradores



Hojas de trabajo

Normas que debes seguir



YouTube Kids

Déjalos con la boca abierta

POR AQUÍ





Información para los creadores

¡Os damos la bienvenida, creadores de YouTube!

Queremos felicitaros por utilizar vuestros poderes creativos para producir contenido enriquecedor, interesante e inspirador dirigido a las familias, una de las audiencias más fascinantes que hay (y también una de las más difíciles). Hemos creado una plataforma perfecta para que compartáis vuestro contenido: YouTube Kids. Aquí os ofrecemos información sobre cómo podéis contribuir para hacer de esta plataforma un lugar mejor. No olvidéis que está diseñada para familias y niños de todas las edades.

¿Por dónde empezamos?

Lo mejor será comenzar por el benjamín de la familia. La audiencia de YouTube Kids no para de crecer en todo el mundo. Ha llegado el momento de crear contenido adecuado para toda la familia (incluso para los más pequeños) que cumpla los requisitos para aparecer en YouTube Kids. Pero eso no es todo. Piensa qué puedes hacer

para crear el mejor contenido infantil posible. ¿Puedes conectar con los padres? ¿Y atraer a los hermanos mayores? Dales temas de conversación para sus comidas familiares.

No es nada fácil

Por eso, nuestro equipo* te ofrece esta práctica guía de campo para ayudarte en el proceso. Se incluyen aspectos clave sobre qué debe hacerse y qué no, así como muchos consejos para crear contenido que cumpla los requisitos de YouTube Kids y para conocer a tus espectadores, captar su atención, aportarles algo y sorprenderlos. Hay más de 80 vídeos fabulosos. Y enlaces. Y dibujitos que no vienen a cuento.

No te embarques a ciegas en esta aventura. Para ayudarte, te proponemos que sigas esta guía de campo. Vívela al máximo: léela, visualiza sus vídeos y juega con ella. Crea algo increíble para YouTube Kids.

* Nuestro equipo = especialistas líderes en los campos del contenido audiovisual para toda la familia, la educación y las cosas de YouTube Kids... y esta chinche tan mona llamada Bob. Consulta la sección Colaboradores para saber más.

Temas legales obligatorios

Los consejos que hemos incluido en esta guía se han diseñado para ayudarte a crear contenido apropiado para YouTube Kids y adaptado a una audiencia compuesta por familias y menores. No obstante, seguir estas directrices no garantiza que tu contenido vaya a aparecer en YouTube Kids.





Qué debes hacer

Antes de comenzar esta aventura, es importante que conozcas las normas que debes seguir. Hay muchas formas de crear contenido adecuado para familias y menores. Estas son algunas de ellas:



Consejo

Échale un vistazo a la [Guía para Padres de YouTube Kids](#) para saber más sobre *qué debes hacer*, ya que incluye las políticas relacionadas con la [publicidad](#) y las [colocaciones de producto](#).

* *Ver la hoja de trabajo A*





Qué no debes hacer

Existen algunas prácticas que tú, como persona madura, inteligente y responsable, debes EVITAR. Independientemente de cuál sea el tema del programa, los padres deben sentirse **SEGUROS** y **AL MANDO** cuando permitan que los menores a su cargo lo vean.



Consejo

Consulta las directrices de sentido común de las [normas de la comunidad de YouTube](#) que te ayudarán a evitar problemas. No te las tomes a la ligera ni intentes buscar lagunas. Simplemente intenta comprenderlas y respeta la intención con la que se crearon.

EVITA ESTOS PROBLEMAS, ¡SON AÚN PEORES!

¿TU PROGRAMA ES ALGUNA DE ESTAS COSAS?

	SÍ	NO
INVASIVO		✓
VIOLENTO		✓
INAPROPIADO (POR EL LENGUAJE USADO)		✓

¿Invasivo:
¿Invades la privacidad de alguien?
¿Pides a los niños que hagan algo que sus familias no querrían que hicieran?

¿Violento:
¿Hay violencia gratuita o conflictos sin resolver? ¿Muestras un comportamiento que no querrías que imitasen los niños?

¿Inapropiado (por el lenguaje usado):
¿Usas un lenguaje que no podrías utilizar en un colegio?



Normas que debes seguir > Qué no debes hacer

Qué no debes hacer

Échale un ojo a esta otra lista para ir siempre por el buen camino.

* Ver la hoja de trabajo B

HAZ QUE TU PROGRAMA VAYA POR EL BUEN CAMINO

¡Mejor si la respuesta es "no"!

Bob 😊



	SÍ	NO
¿TU PROGRAMA ES ALGUNA DE ESTAS COSAS?		✓
OBSCENO		✓
INAPROPIADO (POR EL VESTUARIO)		✓
ESCALOFRIANTE		✓
MEZQUINO		✓
CONDESCENDIENTE		✓
IRRITANTE		✓
ANESTESI ANTE		✓
OFENSIVO		✓
CONFUSO	✓	✓
PELIGROSO		✓
ABURRIDO		✓
DE MALA CALIDAD		✓
DEMASIADO ESTIMULANTE		✓
PREJUICIOSO		✓



Conoce a tu audiencia

Desarrollo social y emocional

Desarrollo cognitivo

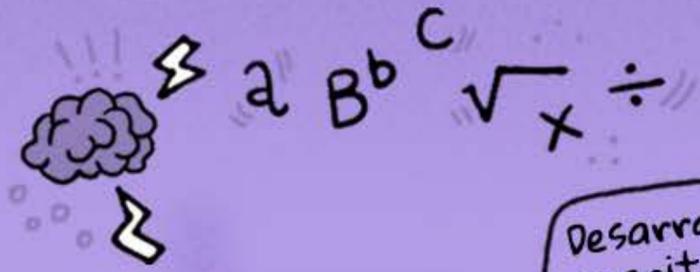
Desarrollo físico

Entorno y experiencias

Desarrollo del sentido del humor



YouTube Kids





Conoce a tu audiencia

Los intereses y las capacidades cognitivas de los menores son muy diversos y varían en función de su edad y etapa de desarrollo.

Además, la audiencia de YouTube Kids es también diversa en cuanto a cultura y ubicación geográfica. Al crear tu programa, es buena idea pensar en menores y familias reales que conozcas. Sin embargo, debes tener en cuenta a otras familias y menores diferentes que pasarán a formar parte de tu audiencia más fiel si creas contenido que les haga sentir incluidos.

No te limites a crear contenido que sea *apto* para YouTube Kids; céntrate en conseguir la mejor calidad para la amplia audiencia de la plataforma.



Recursos (solo en inglés)

[Aspectos básicos del desarrollo infantil \(PBS\)](#)

[Desarrollo intelectual infantil \(First5California\)](#)

[Información sobre el desarrollo \(Scholastic\)](#)

[Consejos para una paternidad positiva \(CDC\)](#)



Conoce a tu audiencia > Cómo se sienten los menores

Cómo se sienten los menores

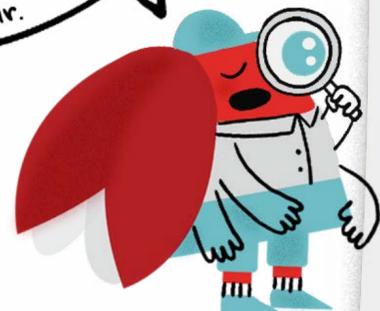
Desarrollo social y emocional

¿Cómo les hará sentir tu programa? Esto dependerá en gran medida de las etapas comunes del desarrollo social y emocional que atraviesen durante el crecimiento.

¿Cuáles son sus miedos y esperanzas? ¿Cómo es su relación con los demás?
¿Qué fomenta su confianza? ¿Cómo expresan y gestionan sus emociones?

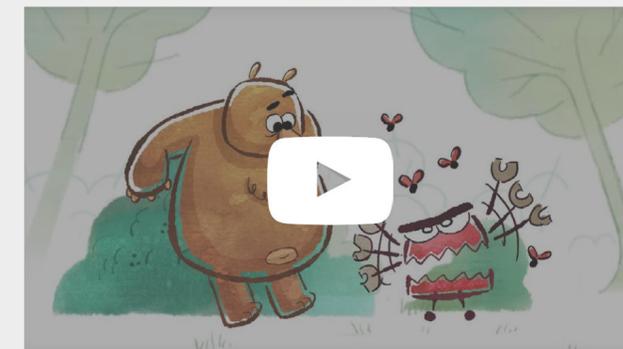
Puedes ponerte en su lugar si piensas en lo que harías si tu amigo y tú quisierais con todas vuestras fuerzas el mismo juguete, o imaginarte cómo afrontarías la presión social. Este ejercicio para comprender los retos emocionales y sociales a los que se enfrentan tus espectadores te ayudará a crear contenido que les resulte interesante.

Probablemente esta sea la categoría más importante que debes investigar antes de empezar.



The FuZees

En sus episodios, The FuZees tratan temas relacionados con aspectos sociales y emocionales que son importantes para los niños de educación preescolar.



StoryBots

Grumpy as a Grizzly Bear es una serie del canal StoryBots que se centra en las emociones.



Amy Poehler's Smart Girls

La serie *Modern Manners* ayuda a los espectadores a desenvolverse en las relaciones sociales en la era de Internet.



The NED Show

En el vídeo *Be an Upstander*, se aborda el acoso escolar de forma directa.



Recursos (solo en inglés)

Preescolares (BabyCenter)

Vida y aprendizaje (Scholastic)

Estándares de desarrollo y aprendizaje tempranos (GELDS)

Aprendizaje social y emocional (CASEL)



Conoce a tu audiencia > Cómo piensan los menores

Cómo piensan los menores

Desarrollo cognitivo

Reflexiona. Debes hacer todo lo posible por evitar que tus pequeños espectadores se sientan frustrados, confusos o, en el peor de los casos, tontos.

Familiarizarte con el desarrollo cognitivo infantil te ayudará a decidir mejor las palabras adecuadas, hasta dónde contar, cuántos pasos incluir en tus instrucciones y de qué forma enfocar tu contenido para que los cerebros más tiernos sean capaces de comprenderlo y asimilarlo fácilmente.



Recursos (solo en inglés)

Next Generation Science Standards (NextGenScience)

Previsiones sobre rendimiento (CRScience)

8 estándares prácticos sobre matemáticas (Scholastic)

Comparativas de Project2061 (Project2061)

Estándares Académicos Fundamentales (CoreStandards)

¿MAYÚSCULAS
minúsculas?
¿Fracción
o decimal?
¿Familiares...
o parientes?



SciShow/¿Por qué cambian de color los moratones? (en inglés)

En el canal SciShow se explican cuestiones científicas complicadas con un lenguaje sencillo y ejemplos cercanos.



Numberjacks/Un juego de dos mitades (en inglés)

En este programa se resuelven problemas matemáticos reales a un ritmo que los niños de preescolar pueden entender.



A Kid Explains History/PIRATAS (en inglés)

El Sr. Q ahonda en temas complicados con un lenguaje que otros niños como él pueden entender.



Cómo se mueven los menores

Desarrollo físico

¿A qué edad aprenden a saltar? ¿Y a hacer flexiones?

¿Y a regatear con el balón?

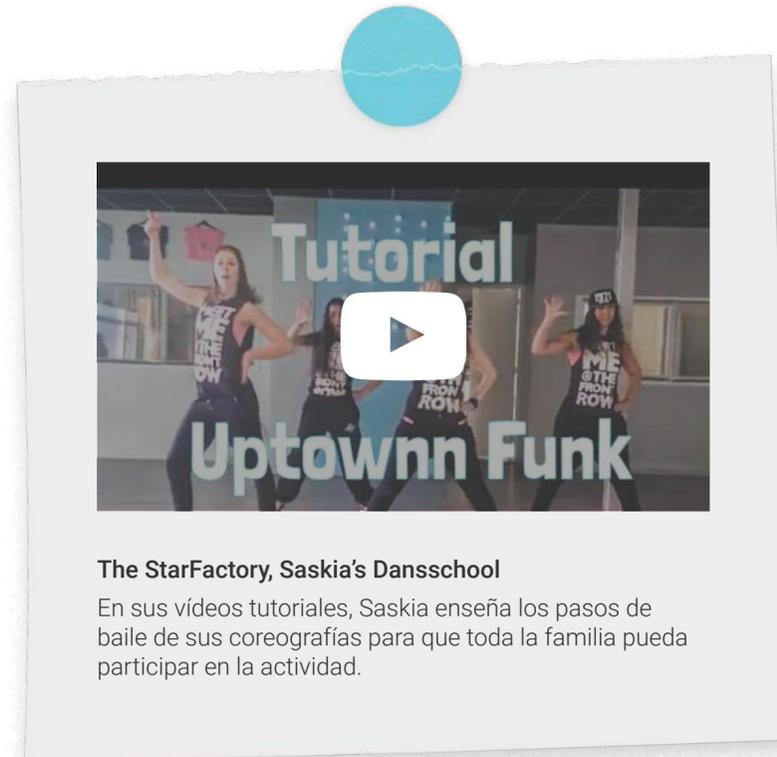
Hacer que los menores se muevan es una gran iniciativa, pero pretender que una niña diestra de preescolar siga el ritmo con la mano izquierda solo conseguirá que se sienta frustrada. Sé consciente de las actividades que pueden realizar los menores según la etapa de desarrollo físico en la que se encuentran para que así puedan participar en ellas. También debes tener en cuenta a los miembros de la familia que tengan algún tipo de discapacidad y proponerles diferentes movimientos para que también puedan unirse.



Recursos (solo en inglés)

[Desarrollo de la motricidad fina \(POTSOT\)](#)

[Normas para la Educación Física en las Escuelas Públicas de California](#)



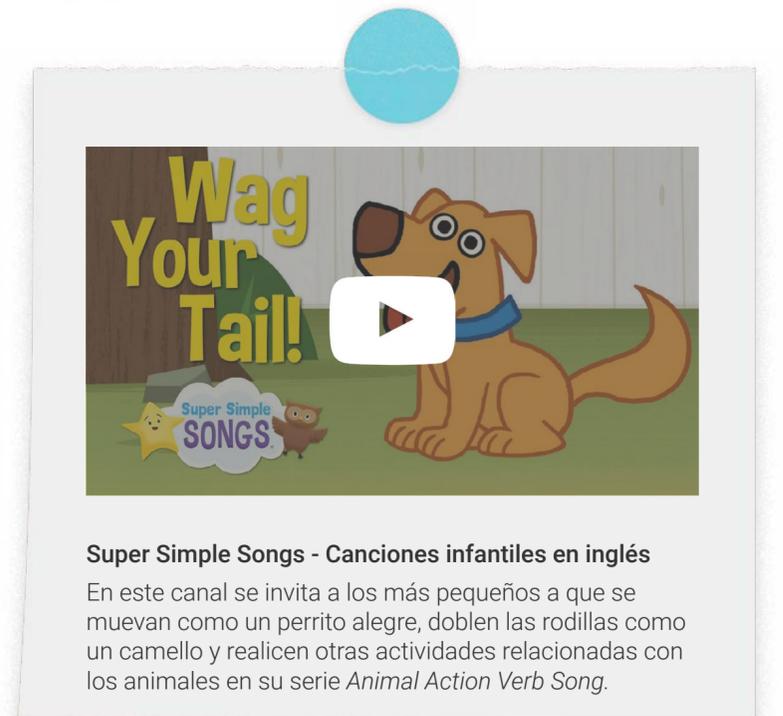
The StarFactory, Saskia's Dansschool

En sus vídeos tutoriales, Saskia enseña los pasos de baile de sus coreografías para que toda la familia pueda participar en la actividad.



Cosmic Kids Yoga

En esta serie se combinan posturas de yoga (adaptadas a las capacidades de los menores) con historias contadas por su creadora para que las familias hagan ejercicio de una forma más creativa.



Super Simple Songs - Canciones infantiles en inglés

En este canal se invita a los más pequeños a que se muevan como un perrito alegre, doblen las rodillas como un camello y realicen otras actividades relacionadas con los animales en su serie *Animal Action Verb Song*.



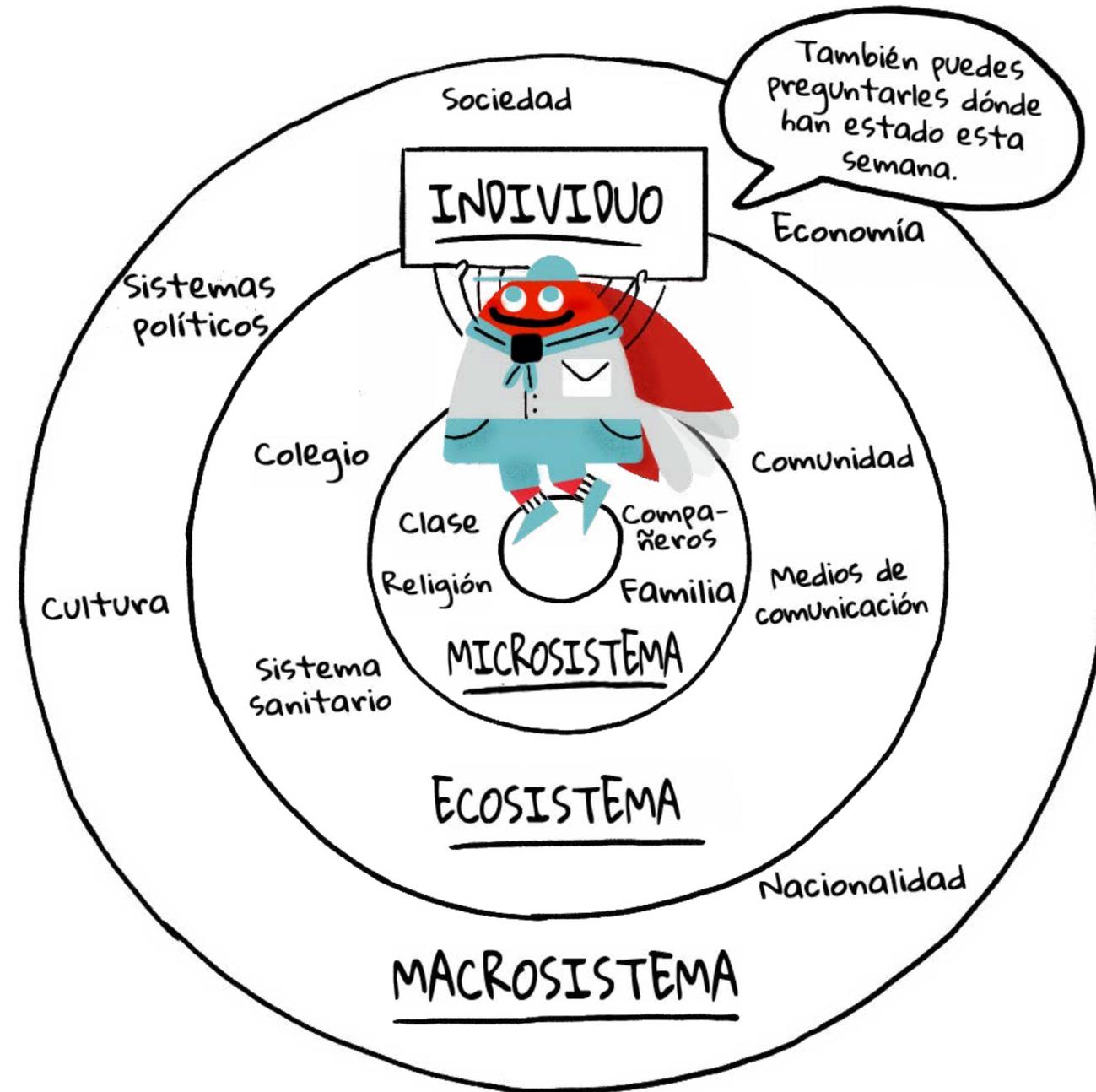
Cómo viven los menores

Entorno y experiencias

Un entorno que crece

En un primer momento, su mundo es muy pequeño; lo que conocen puede limitarse a su casa, el jardín y el parque.

A medida que crecen, ese mundo se amplía a otros espacios como el colegio, las pistas deportivas o las casas de sus amigos. Conoce qué lugares le resultan familiares a tu audiencia y utilízalos como referencia. A la derecha tienes un práctico diagrama basado en otro más complejo del psicólogo del desarrollo Urie Bronfenbrenner.



Inspirado en el modelo de Urie Bronfenbrenner que aparece en su libro *La ecología del desarrollo humano: experimentos en entornos naturales y diseñados* (1979).



Nuevas experiencias

A medida que van creciendo, como es natural, van viéndose expuestos a más vivencias.

Introducir experiencias nuevas (y fantásticas) en tu programa es una gran idea, ya que así añades encanto a los vídeos. Sin embargo, debes tener en cuenta que es posible que un menor de 4 años quizá no comprenda las referencias a caérsele un diente, que le den las notas o tener acné; al igual que es posible que los menores que viven en grandes ciudades no sepan cómo es un olivo, o que los que viven en zonas rurales no sepan identificar qué es una boca de metro. No olvides de dónde son tus espectadores y así sabrás qué contexto necesitan para formar parte de *tu* experiencia.



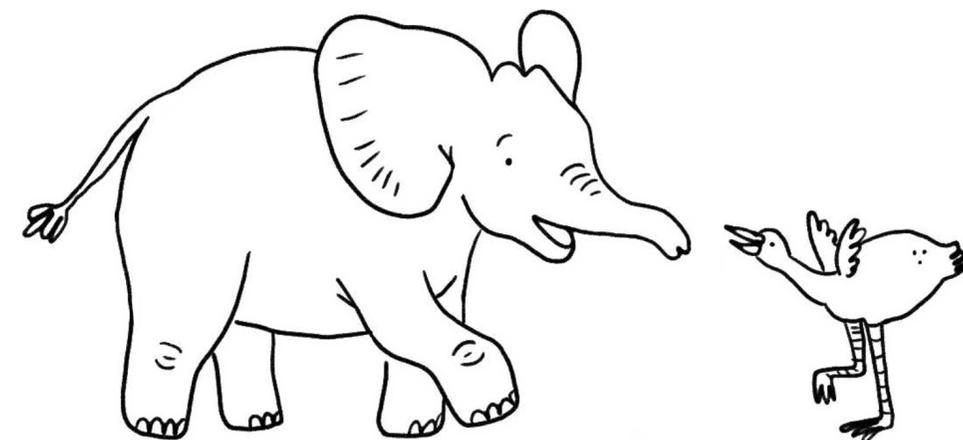
Barrio Sésamo (en inglés)

El entorno urbano de Barrio Sésamo contribuye en gran medida a que familias y menores que viven en ciudades se sientan atraídos por este contenido tan enriquecedor.



TheBazillions/No Homework (en inglés)

Este vídeo trata sobre las situaciones más frecuentes que se viven en un colegio de primaria.



¿A qué destino vamos?

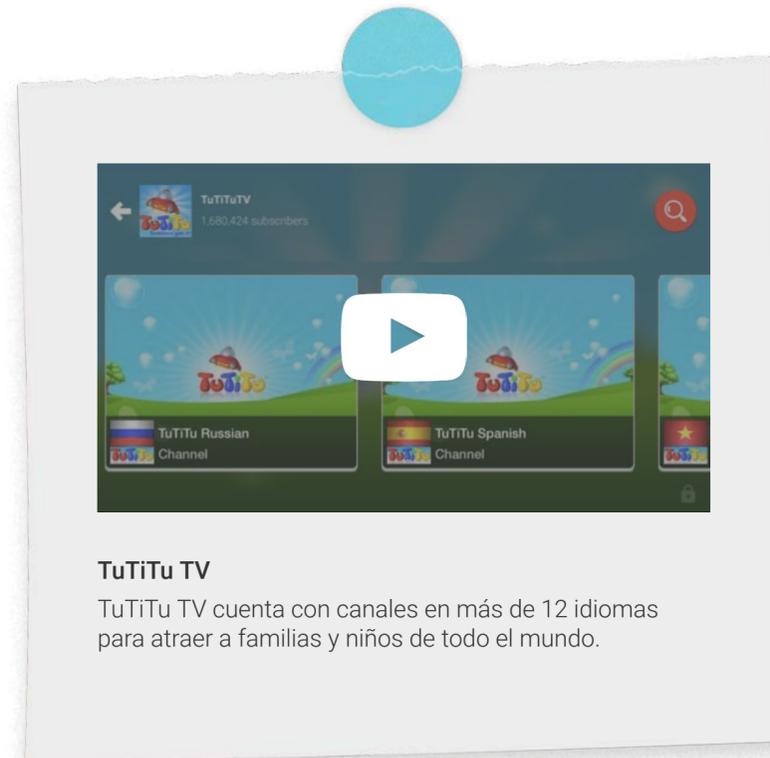
¿Tu programa tiene éxito en la India? ¿Les gusta tu humor a las familias coreanas? ¿Y a tus espectadores de Ghana?

Uno de los aspectos más increíbles y emocionantes de crear un programa en YouTube Kids es lo lejos que puede viajar. Utiliza [YouTube Analytics](#) para descubrir cómo llegar a audiencias de cualquier punto del planeta. Para ello, añade personajes de otros países, subtítulos en otro idioma, haz que uno de los episodios se desarrolle en otro lugar o, simplemente, incluye un saludo en otra lengua. Dirigirte a una audiencia global puede inspirarte a realizar pequeños o grandes cambios para que más espectadores jóvenes se sientan bienvenidos.

Recursos

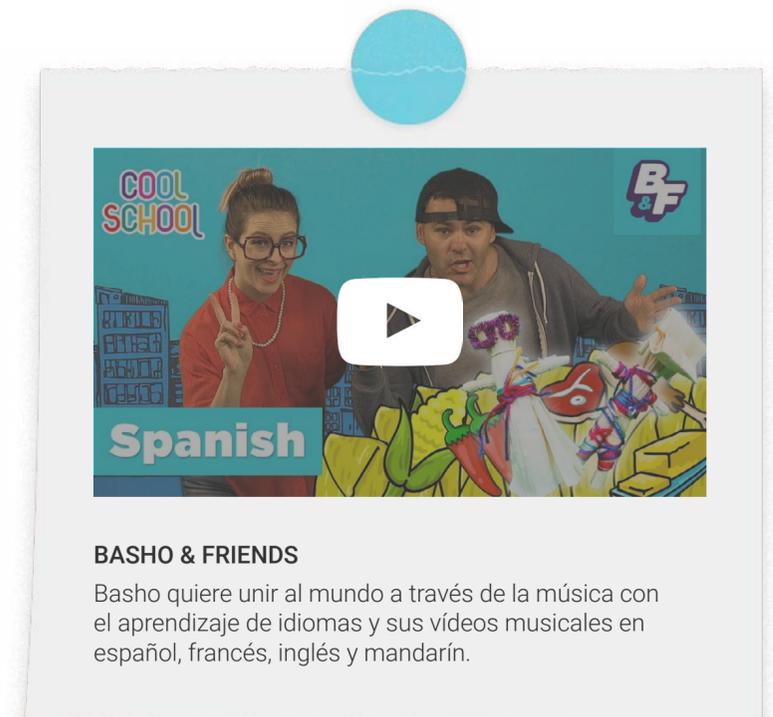
[Mide tu éxito \(Academia de Creadores\)](#)

[Teoría del desarrollo de Bronfenbrenner \(Study.com\)](#) (solo en inglés)



TuTiTu TV

TuTiTu TV cuenta con canales en más de 12 idiomas para atraer a familias y niños de todo el mundo.



BASHO & FRIENDS

Basho quiere unir al mundo a través de la música con el aprendizaje de idiomas y sus vídeos musicales en español, francés, inglés y mandarín.



Conoce a tu audiencia > Qué hace reír a los menores

Qué hace reír a los menores

Desarrollo del sentido del humor

Haz bromas que sean graciosas y, sobre todo, que no ofendan a los menores que te ven, a sus padres o a cualquier miembro de su familia.

Averigua qué les resulta gracioso a tus espectadores según su edad para que puedan entender tus bromas. Puede que un niño de preescolar se parta de risa con caídas y sonidos graciosos, pero se quede de piedra cuando hagas una broma de estilo "toc, toc". También es posible que una niña de 7 años se tronche de risa con esas mismas bromas y que un niño de 12 años tenga un sentido del humor más sofisticado y prefiera los juegos de palabras, las farsas y las parodias de la cultura popular. Descubre qué hace reír a tu audiencia. Y si nada funciona, prueba con un chiste como el de "MUUUUUU" la vaca que interrumpe.



Recursos (solo en inglés)

[La importancia de la risa \(AdditudeMag\)](#)

[¿Qué le resulta gracioso a un menor? \(KidsHealth\)](#)



Bounce Patrol Kids/20 Kids Jokes!

En el canal Bounce Patrol hay chistes para toda la familia con elementos visuales, texto y ritmo adaptados a los humoristas más pequeños.



Bored Shorts TV/Kid Snippets/Fast Food

En el programa Kid Snippets, se empapan literalmente de humor infantil. Estos sketches los crean y doblan menores, pero los interpretan adultos y el resultado no puede ser más divertido.



Oggy and the Cockroaches/Sheepcat

A veces, es posible conseguir que una broma llegue a una audiencia muy amplia con un número de palabras muy reducido.



Capta la atención de la audiencia





Capta la atención de tu audiencia

Cuando te adentras en la creación de contenido para toda la familia, hay una serie de aspectos básicos que debes tener muy presentes.

Algunos de estos consejos existen desde el principio de los tiempos y otros son específicos de plataformas más modernas. En esta sección de la guía de campo, te enseñaremos a mantener la atención de tu audiencia y a conseguir que esperen con ganas tu próximo episodio.





Personaje

Crea conexiones

Asumámoslo, los humanos somos seres sociales. Para crear contenido de calidad es esencial inventar personajes interesantes con los que los menores puedan conectar. Estos personajes podéis ser tú, niños, marionetas u objetos especiales. Lo que sea, siempre y cuando les importen.



NOTAS DE CAMPO

TÍTULO

Consejos para crear personajes que importen a los niños y a sus familias

Haz que la audiencia pueda identificarse con ellos

Haz que sean imperfectos

Ve más allá de los estereotipos

Alcanza la cima de la igualdad de género

Practica la empatía

Menores que aparecen en videos



Personajes cercanos e imperfectos

Crea personajes interesantes y con defectos

que tengan intereses, rarezas, esperanzas y miedos que los hagan reales, que aprendan y crezcan a medida que lo hacen tus espectadores, que puedan inspirar a los menores a decir:



O también algo parecido a esto:

* Igual que yo: da igual que el personaje tenga 3 ojos y pelo de espagueti, lo importante no son los aspectos superficiales, sino que se establezca una conexión mental y que se sientan representados.



SoulPancake/Kid President

Kid President es el ejemplo perfecto de que los menores saben perfectamente qué hay que hacer y los adultos deberíamos escucharlos.



Cool School/Crafty Carol

Ni siquiera los presentadores tienen por qué ser perfectos. Crafty Carol transmite su entusiasmo friki a las manualidades.



Ve más allá de los estereotipos

Los buenos personajes son complejos.

Los personajes estereotipados como "la hermana mayor mandona" o "el cerebritito científico" suelen ser planos y no contribuyen a que a tu programa sea inolvidable. Un diseño pobre de los personajes es incluso peor, ya que puede provocar que se perpetúen, sin querer, las actitudes sexistas y racistas, entre otras.

Los personajes son la clave del éxito (o del fracaso) de tu programa. ¿Crees que tus espectadores estarían dispuestos a pasar el rato con alguien que no les cae bien? Tómate tu tiempo para crear personajes únicos y polifacéticos. Incluye personajes con vidas y habilidades diferentes que reflejen la diversidad de tu audiencia. Si además de promover el entendimiento presentas un elenco atractivo y diverso, conseguirás que un mayor número de familias se sientan *más* representadas y les interese ver tu programa.



Mother Goose Club Playhouse

Tras el éxito cosechado con su primer canal, Mother Goose Club, la productora Sockeye Media creó un segundo canal con el objetivo de mostrar a más personas reales y mayor diversidad.



SoulPancake/Why Some Muslims Don't Wear a Hijab

En la serie *Have a Little Faith*, tanto el entrevistador como los entrevistados suelen ir más allá de los estereotipos.



Alcanza la cima de la igualdad de género

Aspira a una equidad total, como en la vida real.

Si en tu contenido muestras a menos personajes femeninos o estos personajes tienen papeles menos relevantes, estás lanzando un sutil, pero rotundo mensaje a las familias y a los menores de que las mujeres no son igual de importantes. Sigue estos consejos para asegurarte de que tu programa es igualitario en este sentido:*

1. Revisa el guion y cambia el género de algunos personajes hasta que el 50 % sean femeninos.
2. Incluye más personajes femeninos como figurantes hasta que supongan el 50 % del total.
3. No pienses que un personaje femenino está limitado por su género, ¡pueden ser y hacer lo que sea!



Recursos (solo en inglés)

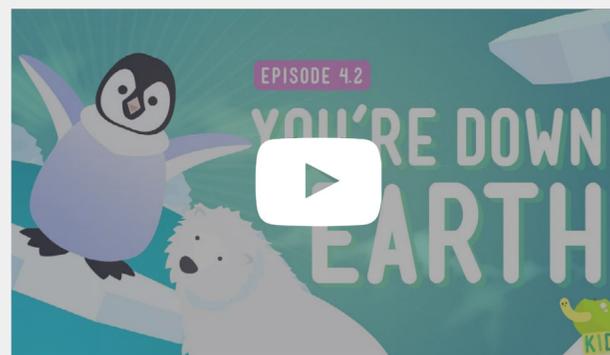
El género en los medios de comunicación (SeeJane.org)

Cómo crear personajes diversos (LatinosinKidLit)

Hablar con menores sobre aspectos del colectivo LGBTQ (HRC.org)

La desigual representación de la diversidad (JoanGanzCooneyCenter)

* Estos prácticos consejos se han extraído de SeeJane.org



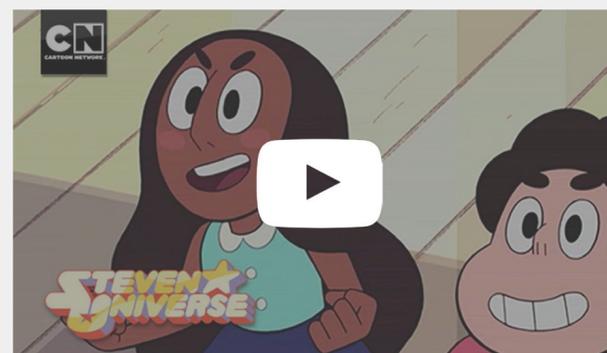
Crash Course Kids

Sabrina es una presentadora inteligente y toda una experta en ciencia.



KIDZ BOP

En KIDZ BOP, la igualdad de género es total y las estrellas se tratan con un respeto musical mutuo.



Cartoon Network/Steven Universe

Connie y Steven se unen para derrotar a las fuerzas del mal y, de paso, demuestran que las personas de cualquier género pueden dar su merecido a los villanos.





Practica la empatía

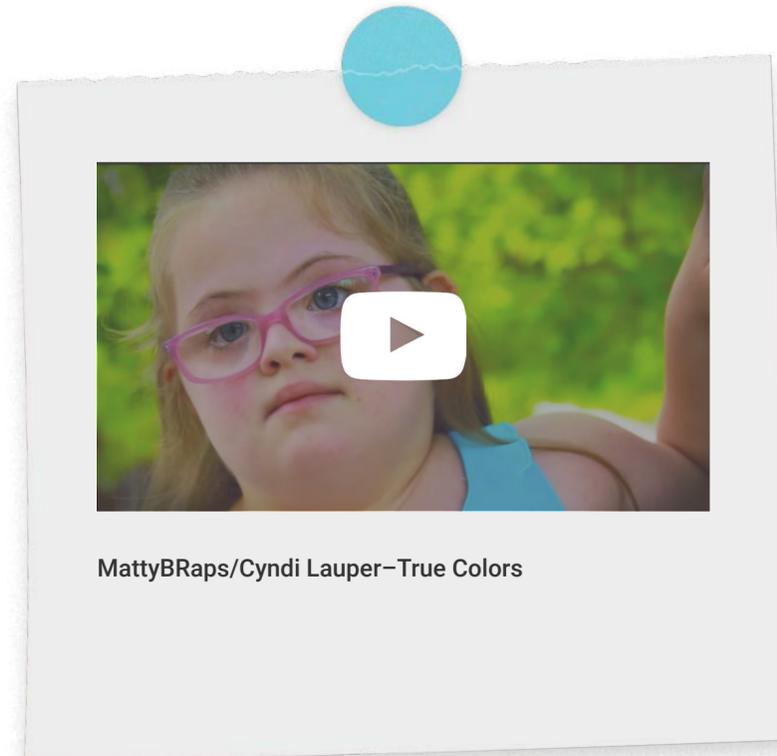
Hoy en día, los menores tienen mucho de qué preocuparse.

¿Habrá cuarto de baño en el colegio? ¿Se van a divorciar mis padres? ¿Hay un monstruo dentro del armario? ¿Quiere mi madre más al bebé que a mí? ¿Por qué siempre me eligen en último lugar? ¿Me quitarán algún día el aparato?

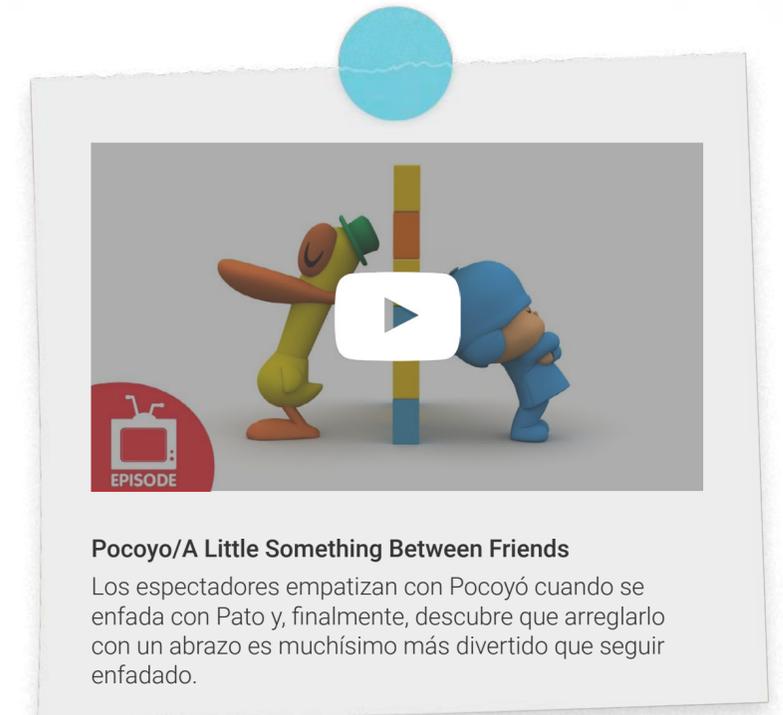
¿Cómo puedes ayudarles? Un enfoque muy efectivo es representar el comportamiento que se espera de ellos a través de un personaje o un objeto para así calmar su ansiedad y encontrar soluciones constructivas. Cuando los menores sienten una conexión con un personaje, pueden compartir con ellos sus emociones y, quizás, sentirse motivados para resolver su problema a la vez que este. Es decir:

Recuerda que el espectador es el auténtico protagonista de tu programa

Está claro que en una buena historia no es todo de color de rosa. Los comportamientos negativos pueden servir para que el modelo positivo cobre más importancia y sea más evidente. No obstante, hasta el peor de los villanos debe tener algo que lo haga humano. No tienes más que recordar cómo Óscar el Gruñón mimaba a Slimey, su lombriz mascota.

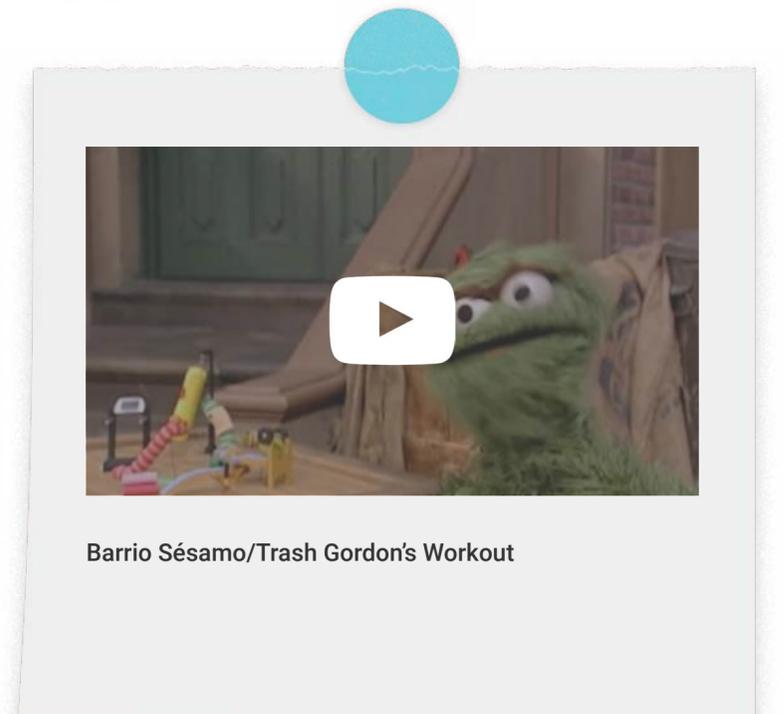


MattyBRaps/Cyndi Lauper-True Colors



Pocoyo/A Little Something Between Friends

Los espectadores empatizan con Pocoyó cuando se enfada con Pato y, finalmente, descubrir que arreglarlo con un abrazo es muchísimo más divertido que seguir enfadado.



Barrio Sésamo/Trash Gordon's Workout



Menores que aparecen en vídeos

Ya que estamos tratando la empatía, queremos comentarte algunos aspectos acerca de los niños que aparecen en tus vídeos: A menudo, a los pequeños les gusta ver a personas de su edad y a familias en pantalla.

Puede resultar muy inspirador y estimulante. Solo tienes que asegurarte de que a los niños que participan en tus vídeos les entusiasme la idea y quieran participar. Deberás contar *siempre* con el consentimiento de los padres o tutores legales de los menores que participen y, por supuesto, respetar a tus jóvenes actores: *jamás* te burles de ellos, los humilles o menosprecies. Tampoco los pongas en situaciones inapropiadas o dañinas que puedan causarles sufrimiento, ya sea físico o emocional. Ponte en el lugar de tus espectadores: sé consciente de que lo que os parece apropiado a ti y a tu familia quizás no coincida con el criterio de otras personas. La audiencia de YouTube Kids es global y, por ello, es mejor que intentes subir vídeos que no puedan considerarse inapropiados en ningún lugar del mundo.



Nota: Te animamos a que releas las secciones Qué debes hacer y Qué no debes hacer, esta vez pensando en menores de carne y hueso. Sigue las **normas de la comunidad de YouTube** y comprueba que cumples con todas las reglas, leyes y normativas relativas al trabajo infantil cuando incluyas a algún menor en tus vídeos.



Recursos (solo en inglés)

[Proyecto Making Caring Common](#)
(Universidad de Harvard)

[Aprendizaje social y emocional](#)
(Edutopia)



Cute Girls Hairstyles/Dad Teaches How to Create Pippi Longstocking Braids



CharlisCraftyKitchen/Birthday Fruit Pops & Veggie Men



Argumento

Cuenta una buena historia

El argumento de tu programa puede ser del tipo *Había una vez...* o del tipo *Crea tu propia historia*. Independientemente de cómo sea, sigue el ejemplo de los mejores libros de cuentos:



Introducción: cautiva a tu audiencia desde el principio.

Nudo: presenta un problema u obstáculo que deba resolverse.

Desenlace: encuentra una solución y asegura los dulces sueños.

NOTAS DE CAMPO

TÍTULO

Consejos para contar una historia que atrape al espectador

Capta la atención

Crea un arco

argumental completo

Cuenta una historia única



Capta la atención

Los espectadores deben engancharse a tu historia en los 5-15 primeros segundos del vídeo. Utiliza elementos visuales sorprendentes, una canción pegadiza en la introducción o un personaje atrayente para captar la atención (y mantenerla).



Crea un arco argumental completo

La estructura es vital a la hora de crear un vídeo de calidad con una historia interesante. El arco argumental debe seguir la evolución del personaje y las emociones que va sintiendo.



Una historia única

Dale un toque personal y demuestra la originalidad y el dinamismo de tu estilo. Igual que las huellas dactilares o los copos de nieve, no hay dos historias iguales.

Toma como ejemplo la canción infantil del señor don Gato. Quizás en tu versión el señor don Gato recibe la carta, se cae del tejado por ir a ver a la gatita blanca y a partir de ahí decide fundar una empresa de escaleras para gatos. También podrías insertar efectos de sonido graciosos o animar a los espectadores a que canten las palabras que falten, aumentar la velocidad o disminuirla, trasladar la acción al fondo del mar, traducirla al suajili...

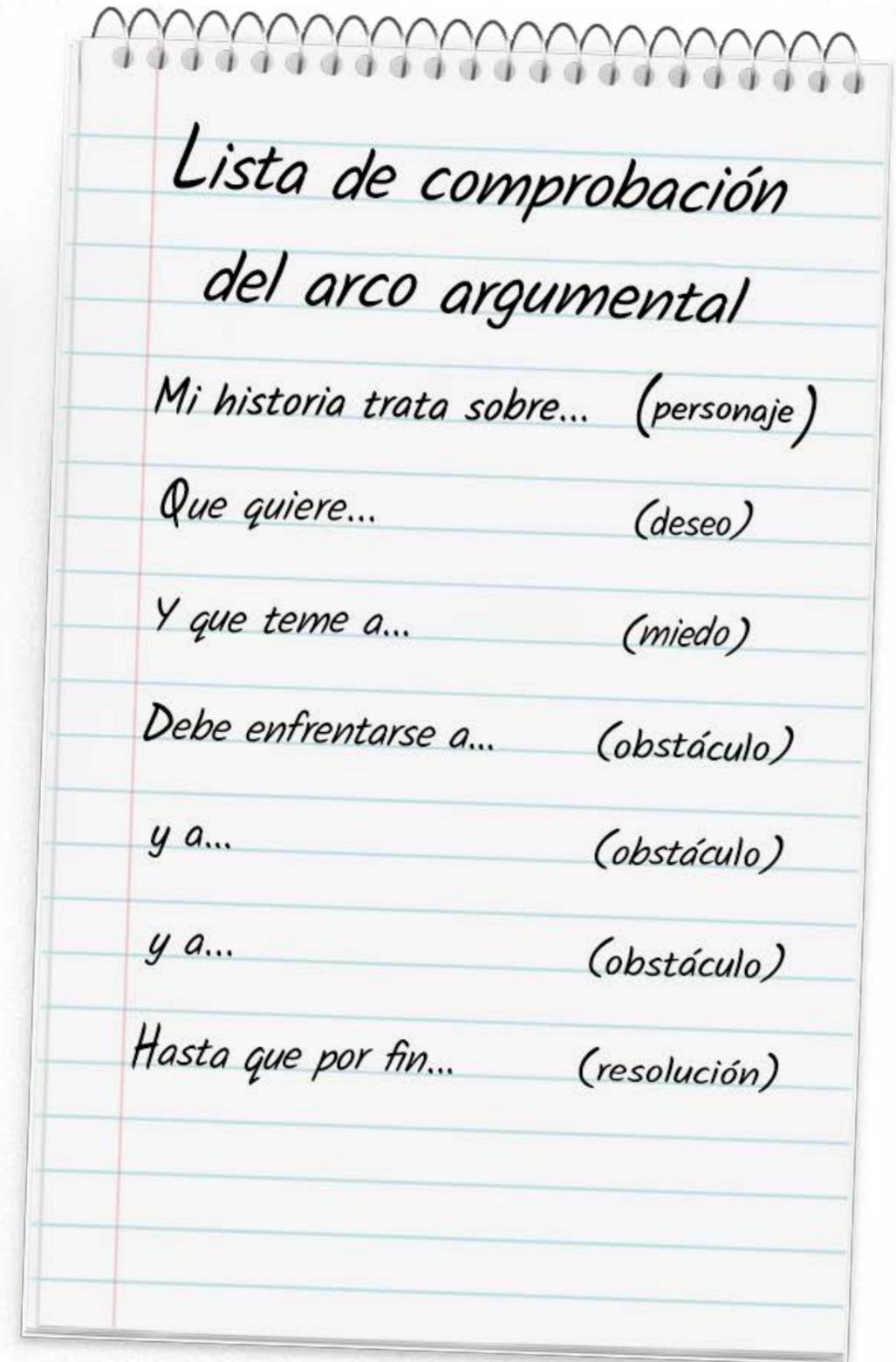
Las posibilidades son infinitas. No te conformes con lo mismo de siempre. Crea una historia totalmente única.



Recurso (solo en inglés)

[The Story Map \(PBS Kids\)](#)

**Ver la hoja de trabajo C*





notebookbabies/Someone Who Gets You

En esta breve historia, acompañamos al personaje principal en una aventura tan sencilla como desternillante en la que busca a alguien que comprenda sus bromas.



Air Bud TV/Puppy Preschool

La profesora Lena abre las puertas del misterio en el parvulario con una simpática historia en la que, además, participa la audiencia.



HISHE Kids/Fixed Fairy Tales

La serie *Fixed Fairy Tales* comienza con cuentos clásicos a los que se añaden giros modernos e ingeniosos para que sean únicos.





Interacción

Traspasa la pantalla

Encuentra formas de llevar la experiencia de tu programa más allá de la pantalla.

Anima a los menores a que sean activos, hagan deporte y ejerciten el cerebro para que fluyan las ideas. Como dijo una famosa neurofisióloga,* "el movimiento afianza el pensamiento". Así que ponte las mallas y...

¡Salta! ¡Brinca como una cabra montesa! ¡Bésate los codos!** ¡Ponte los patines y descubre el mundo!

* Famosa neurofisióloga = Dra. Carla Hannaford

** Si puedes besarte los codos, te enviaremos un unicornio por correo.***

*** Es broma. A los unicornios no les gusta estar en espacios pequeños y en ningún caso los obligaríamos a meterse en un sobre.



NOTAS DE CAMPO

TÍTULO

Consejos para fomentar
las interacciones

Ponerse en marcha

Responder

Crear

Encontrar

Probar

Salvar el mundo



Ponerse en marcha

¡Pañales fuera y dame 20 saltos! Busca formas para que los menores bailen, canten y se muevan: es bueno para su cuerpo y su cerebro (y para ti, ya que favorece la interacción).

Responder

Los espectadores más pequeños de la familia responden a las cuestiones que se les plantean, por ejemplo, cuando Dora les pide ayuda (otra vez) o Pocoyó les hace alguna pregunta.

Prueba con karaokes, canciones que requieran su participación, respuestas al aire, ánimos a los personajes... Espera, ¿qué? ¿Cuál crees tú que es la mejor manera de que la audiencia responda? (Pausa) Madre mía. ¡Es una IDEA INCREÍBLE!

Consejos para responder

Preguntas con UNA única respuesta posible: "¿Cuántas babosas han venido al pícnic?... ¡Siete!"

Preguntas con CUALQUIER respuesta posible: "¿A dónde irías TÚ con una nave espacial?... ¿En serio? ¡Qué guay!"



ThePopUps/Pretend We Forgot



Cosmic Kids Zen Den/Hidden Treasure!



Capta la atención de tu audiencia > Interacción



Crear

No hay mejor manera de llevar un safari al salón de sus casas que crear unos prismáticos con rollos de papel higiénico. Bueno, también puedes entretener y sorprender a niños y mayores con un experimento científico. Crear es divertido. Solo debes seguir estas simples reglas:

1. Usa materiales que pueda haber por casa (y que no sean muchos).
2. Comprueba que el número de pasos que deben seguir tus espectadores y su complejidad son adecuados para su edad.
3. Crea algo que funcione de verdad.

Encontrar

¡Sal ahí fuera! Fomenta que tu audiencia busque cosas que amplíen la experiencia del programa (hojas, gusanos, tapones de botellas, rocas metamórficas y otros fascinantes descubrimientos). Si se trata de un ser vivo, recuérdales que lo traten con cuidado (en especial, si es un puma).

Probar

¿Qué cae más rápido, un osito de peluche o un libro? ¿Cómo es el pH de las algas que viven en los estanques: base o ácido? ¿Cuántas veces se puede doblar un papel por la mitad? Anima a los menores a aprender por sí mismos. Adapta las instrucciones a tu joven audiencia, ya que si no lo haces, tus experimentos fracasarán como un volcán casero sin bicarbonato.



Full-Time Kid/DIY Piñata



Peep and the Big Wide World/Collecting and Sorting

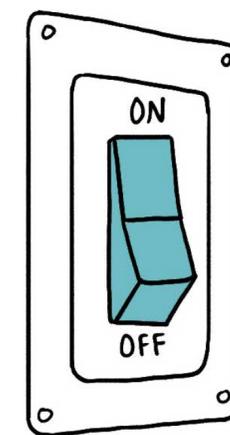
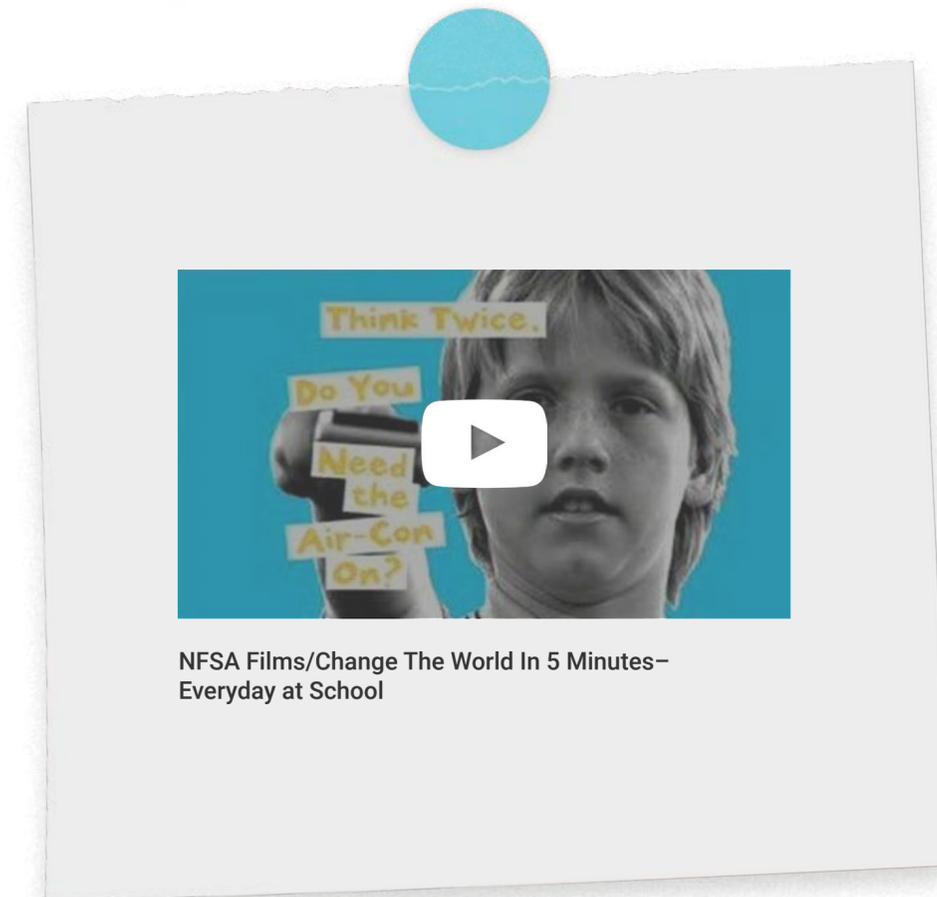


WhizKidScience/ EGG IN A BOTTLE Easy Kids Science Experiments



Salvar el mundo

Afrontemos la realidad: los más pequeños son la gran esperanza del futuro y su labor es inestimable para promover el cambio (y este debe comenzar por sus propias familias). Gracias a contenido divertido y bien enfocado, hay menores que han conseguido que sus padres empiecen a reciclar o les han convencido de que dejen de fumar. ¿Cómo les inspirará tu contenido?





Autenticidad

Sé tal como eres

Saca a relucir tu verdadero yo.

Es lo que los espectadores de YouTube Kids esperan de ti.

Tu punto de vista único puede diferenciar tu programa del resto y hacer que destaque. Puedes hablarle a tu audiencia de manera directa o indirecta. Del mismo modo, tu programa puede transcurrir en el mundo real o en cualquier otra realidad alternativa. Dicho esto, no olvides ponerte en el lugar de tus espectadores: lo que a ti te parece auténtico, otros pueden considerarlo inapropiado. Aunque es tentador sumarse a las tendencias o escandalizar a los espectadores para conseguir reacciones y que la audiencia aumente, evita utilizar este tipo de estrategias sensacionalistas si no son aptas para toda la familia o si no van en sintonía con tu punto de vista. La clave de la autenticidad es:

Cuenta una historia ÚNICA.

Así que, tanto si enseñas una carpintería en tu programa como si trata sobre un pepino de mar en busca de aventuras, debes compartir tu pasión y punto de vista con tu audiencia. Se lo merecen. Hazles sentir que forman parte de la verdadera (e increíble) experiencia que tú creas.

Nota: Recuerda en todo momento el contenido de las secciones Qué debes hacer y Qué no debes hacer, sigue las [normas de la comunidad de YouTube](#) y comprueba que cumples con todas las reglas, leyes y normativas relativas al trabajo infantil cuando incluyas a algún menor en tus vídeos.

NOTAS DE CAMPO

TÍTULO

Consejos para demostrar
tu autenticidad

Ponle corazón

Contenido entre bastidores



Ponle corazón

Crea vídeos que te importen. Consigue que tu pasión y tu compromiso atraviesen la pantalla y hagan vibrar a tus espectadores.*

* Nota: Cuando decimos vibrar no hablamos de terremotos ni de nada por el estilo.



RockBandLandOfficial/Rainbow Beast (w/ Psycho Penguins)





Contenido entre bastidores

Incluye secuencias entre bastidores, contenido extra y tomas falsas para que tus espectadores sientan la emoción del proceso de creación.



Recurso

Lección de la Academia de Creadores





Familia

Ve y crea vlogs en familia

¿Tu programa es positivo, divertido, interesante y accesible? ¿Los padres y los pequeños esperan con ganas el siguiente episodio?

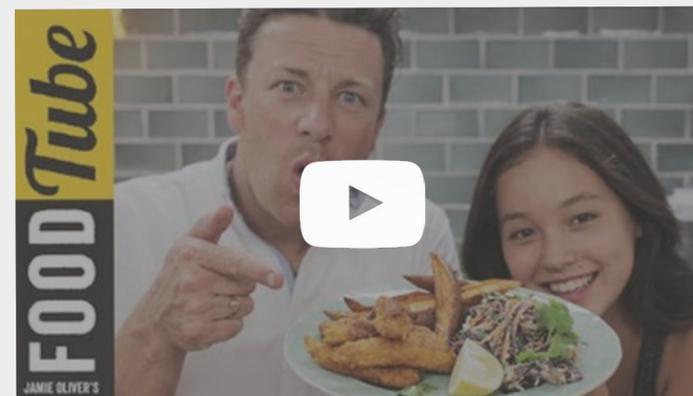
Si es así, habrás creado algo importante: un programa que cumple los requisitos para aparecer en YouTube Kids y que toda la familia puede disfrutar. Debes cuidar con gran esmero el programa y no incluir nada que pueda considerarse inapropiado.

Hazte la siguiente pregunta:

¿Mi programa es realmente para toda la familia?



BlueWorldTV/JONATHAN BIRD'S BLUE WORLD



Jamie Oliver's Food Tube/Homemade Chicken Nuggets





Vlogs de padres

Los vlogs de padres son un género que ha tomado fuerza en la comunidad de YouTube.

Cuando toda la familia aparece en un vídeo, es necesario tener en cuenta algunas consideraciones especiales para asegurar que la familia y los menores son lo primero. Se han creado comunidades activas en torno a vlogs populares. Muchos de sus creadores son conscientes de la oportunidad (y responsabilidad) que supone, ya que se convierten en el modelo a seguir de sus espectadores. Algunos incluso utilizan su gran influencia para contribuir a mejorar la sociedad. Los creadores que te presentamos a continuación son grandes ejemplos de las familias que invitan a sus espectadores a ser testigos de sus experiencias (a la vez que crean contenido interesante y positivo que ensalza la vida familiar).

Nota: Te animamos a que lees las secciones Qué debes hacer y Qué no debes hacer. Sigue las [normas de la comunidad de YouTube](#) y comprueba que cumples con todas las reglas, leyes y normativas relativas al trabajo infantil cuando incluyas a algún menor en tus vídeos.





Capta la atención de tu audiencia > Familia

Judy Travis comenzó a publicar tutoriales de belleza cuando iba a la universidad. Tras aumentar la familia, lanzó un segundo canal llamado *It's Judy's Life* para inmortalizar en vídeo su día a día. Estas son algunas de las cosas que esta familia hace bien:

Mantener la positividad ante todo

Esta familia se toma sus aventuras y desventuras con simpatía y humor.

Establecer límites

Judy y su marido, Benji, acuerdan qué aspectos de su vida son privados y ambos tienen derecho de veto sobre qué incluir en sus vídeos.

Ser auténticos

Los vlogs de Judy son cercanos porque no finge que su vida sea perfecta.

Marcar la diferencia

La familia Travis utiliza su influencia y popularidad para contribuir a mejorar la sociedad.



It's Judy's Life

"Que tu trabajo consista en pasar todo el día con tu familia no tiene precio. Nos encanta documentar la vida de nuestras hijas conforme se van haciendo mayores para poder recordar estos momentos en el futuro".

- Benji Travis



Capta la atención de tu audiencia > Familia

Hay una gran cantidad de vídeos de belleza aptos para toda la familia, pero lo que diferencia al canal [Cute Girls Hairstyles](#) es que a los espectadores les importa esta familia. Muchísimo.

Su creadora, Mindy McKnight, combina fantásticos tutoriales de peinados con un reparto formado por los dicharacheros miembros de su familia. En el 2009 comenzó su canal de YouTube con una breve demostración sobre cómo hacer un moño desenfadado. Ya en el 2016, la familia contaba con 4 canales secundarios. Estos son algunos de los aspectos en los que destaca esta familia:

Sencillez ante todo

Sus vídeos son claros, sencillos y sin demasiados artificios.

Diversión para todos

Padres y menores disfrutan al participar juntos en los vídeos. De hecho, las gemelas Brooklyn y Bailey se lo pasaban tan bien que pidieron lanzar su propio canal.

Moraleja

Los vídeos de Mindy no solo van de tener un peinado muy chulo; muestran el vínculo especial que comparten madres e hijas.

Audiencia global

Los elementos visuales claros y explicados paso a paso atraen a espectadores de todo el mundo. Además, la familia McKnight utiliza la optimización en buscadores para [traducir los metadatos de sus vídeos](#) y así llegar a una audiencia global.



Cute Girls Hairstyles

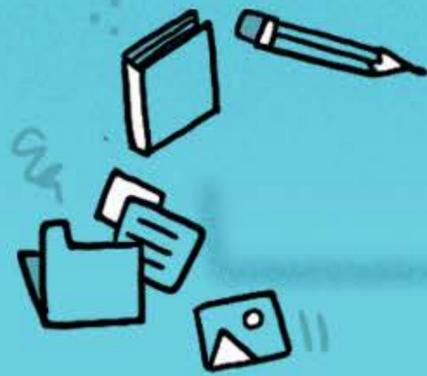
"Encontrar el equilibrio entre la vida familiar y un trabajo a tiempo completo como YouTuber no es nada fácil. Hacen falta comunicación, planificación y sacrificio para que ambos proyectos puedan seguir adelante. Nuestra familia es la base de todo, y YouTube nos ofrece los medios para mantenerla. Nosotros no hemos encontrado el equilibrio perfecto, pero lo pasamos en grande cuando estamos en familia, cuando creamos recuerdos juntos y cuando podemos enseñar a nuestros hijos a esforzarse y a creer en el valor de querer e inspirar al prójimo".

- Mindy & Shaun McKnight





Elabora un plan



Busca a fondo



Hazte entender



Aporta algo a tu audiencia

Consigue que sea inolvidable



No prometas de más

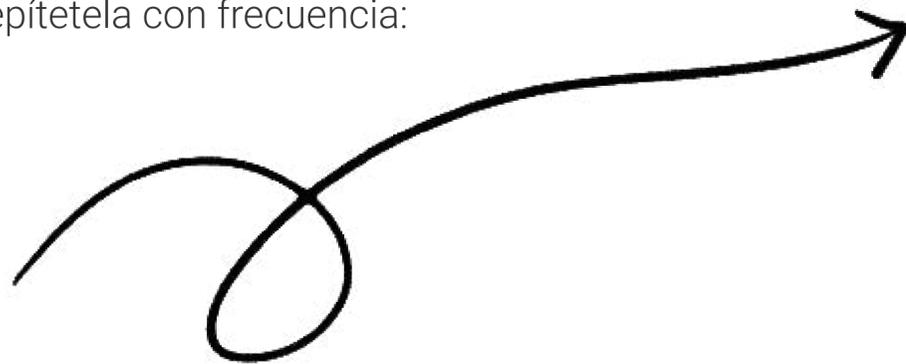




Es posible que tu programa no sea educativo (en el sentido tradicional), pero los jóvenes espectadores siempre aprenderán *algo* de él.

Es imposible evitarlo. Por naturaleza, los menores están preparados para absorber todo lo que se les proporcione, unirlo y crear su propia concepción del mundo. Hay muchas maneras de hacer que tu programa, que ya de por sí es genial, aporte algo más a los espectadores. Hazte esta pregunta lo antes posible y repítetela con frecuencia:

¿Qué quiero que *mi* programa aporte a los espectadores?





Objetivos

Elabora un plan

Tanto si enseñas a hacer cestas bajo el agua como si tratas de encontrar el número recíproco negativo de pi al cuadrado,* es mejor que aprendas bien la lección. Ten claro cuáles son tus objetivos y elabora un plan que no haga aguas, porque incluso los espectadores jóvenes encontrarán las lagunas.

* El número recíproco negativo de pi al cuadrado es $1/10$.

Por cierto, esta respuesta *siempre* es perfecta para *cualquier* pregunta.

NOTAS DE CAMPO TÍTULO

Consejos para definir los
objetivos de tu programa

Empieza por plantearte
por qué lo haces

Termina por averiguar
cómo lo vas a hacer

Profundiza en los detalles

Revisa con la mirada fresca



Aporta algo a tu audiencia > Objetivos

Primero, plantéate POR QUÉ lo haces

Puede resultar obvio, pero ¿POR QUÉ creas este programa para YouTube Kids? ¿Cubre algún vacío? ¿Ofrece algo que menores y familias necesitan? ¿Cuál es tu MAYOR OBJETIVO? En serio, ¿POR QUÉ?

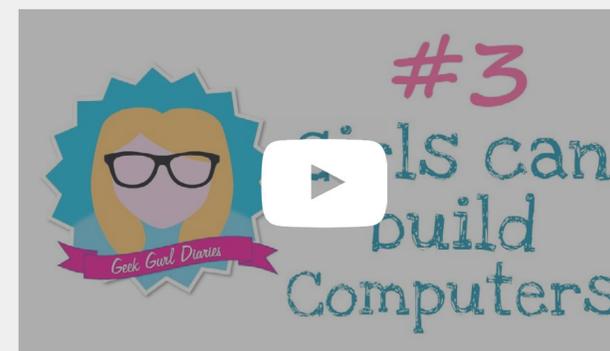
Mi objetivo principal:



Mother Goose Club
Preescolar en todo el mundo



Kid President
Los niños pueden cambiar el mundo

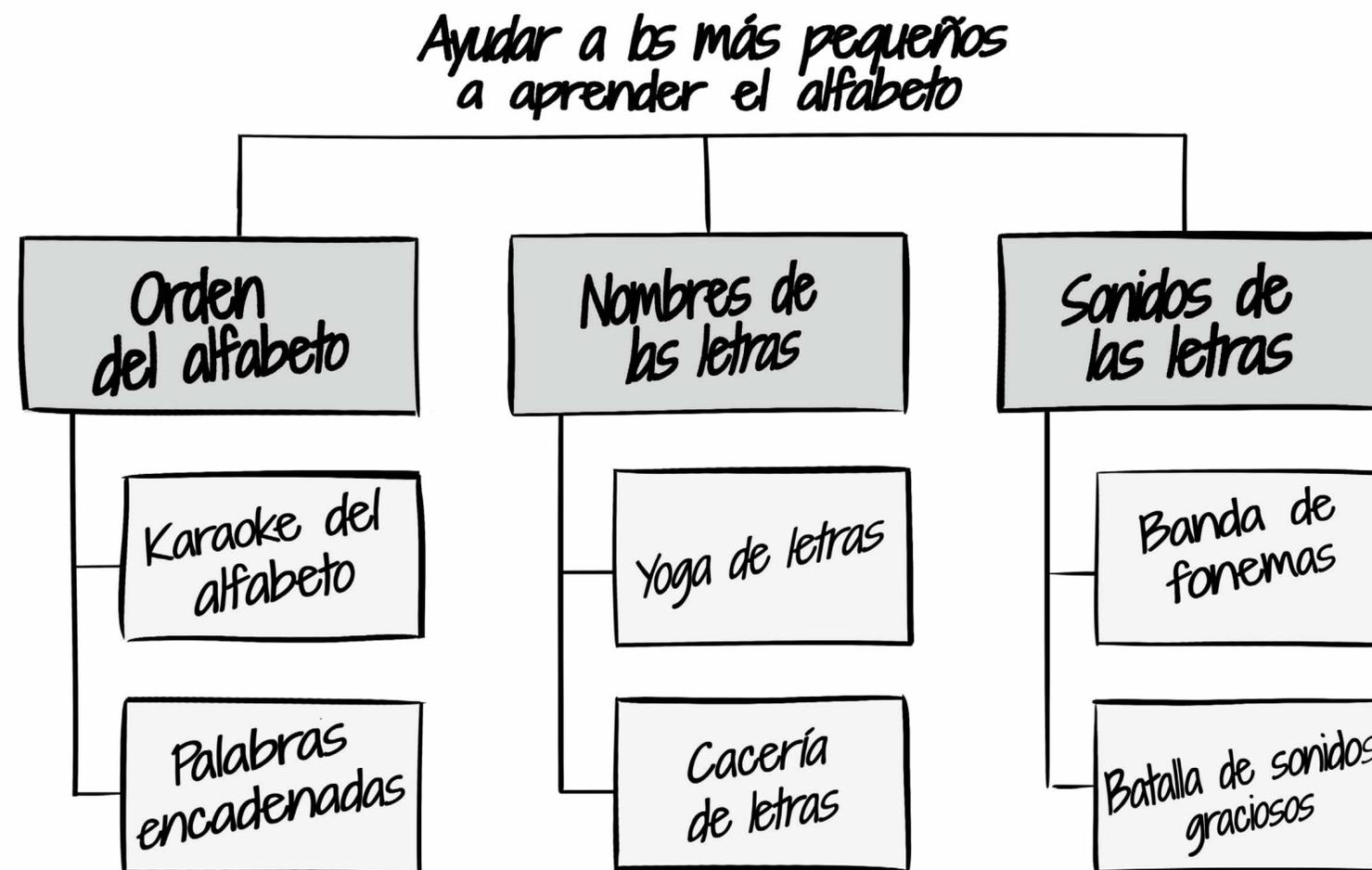


Geek Gurl Diaries
Las niñas también pueden ser cerebritos



Por último, averigua CÓMO hacerlo

¡Estupendo! Ahora es el momento de trazar la ruta para conseguir tu mayor objetivo. En función de la meta que persigas, el camino puede ser sencillo o complejo. La clave es elaborar un plan a conciencia para ofrecer una experiencia enriquecedora a tus espectadores. Antes de comenzar, échale un vistazo a este ejemplo.





Profundiza en los detalles

Una vez que hayas completado el paso anterior, podrás investigar, añadir y realizar ajustes a tus pasos para crear una hoja de ruta sólida y útil con la que tu programa nunca pierda el rumbo.

Pero... ¡un momento! ¿Y si tu programa no es *educativo*? ¿Y si tú no pretendes enseñar nada?

Como comentamos antes, todos los programas enseñan algo. Cualquier contenido que publiques estará lanzando un mensaje a tus espectadores. Así que, tanto si tu objetivo es enseñar a que se aten los cordones como si es animarlos a cantar en voz alta, debes contar con un plan bien elaborado. Y ¿quién sabe? Puede que acabes descubriendo más formas de aportar algo a tu audiencia de las que imaginaste en un principio.

Revisa con la mirada fresca

¿Ya has elaborado un plan? Es el momento de compartirlo y revisarlo cuanto sea necesario. Un plan sólido puede contribuir a que tu contenido sea excelente y enriquecedor durante varias temporadas.

** Ver la hoja de trabajo D*





Investigación

Busca a fondo

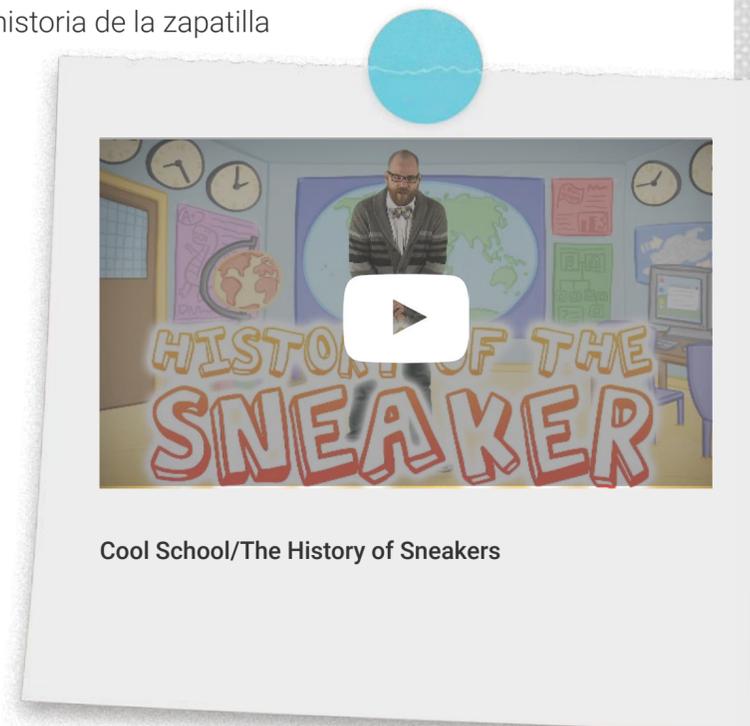
La mejor forma de comenzar un proyecto de investigación es elegir un tema atractivo (y que te resulte interesante).

Asegúrate de abarcar los aspectos fundamentales; a partir de ahí, el cielo es el límite. Esto no es el colegio; tu audiencia debe QUERER quedarse porque tu programa es absolutamente fascinante. Como decía el famoso Buzz LightYear,* "¡Hasta el infinito y más allá!".**

En Cool School, Mr. Histor profundiza en la historia de la zapatilla en solo 3 minutos.

* Confiamos en que sepas quién es Buzz LightYear, pero por si acaso: es el máximo guardián espacial de la galaxia. Utilizar un seudónimo puede ser divertido, pregúntales a Woody Allen o a Lady Gaga.

** Extraído de la película de animación *Toy Story* (1995).



Cool School/The History of Sneakers

NOTAS DE CAMPO

TÍTULO

Consejos para buscar a fondo

Abarca los aspectos
fundamentales

Alcanza la excelencia

Haz que signifique algo

Ve más allá

Licencia para fardar



Abarca los aspectos fundamentales

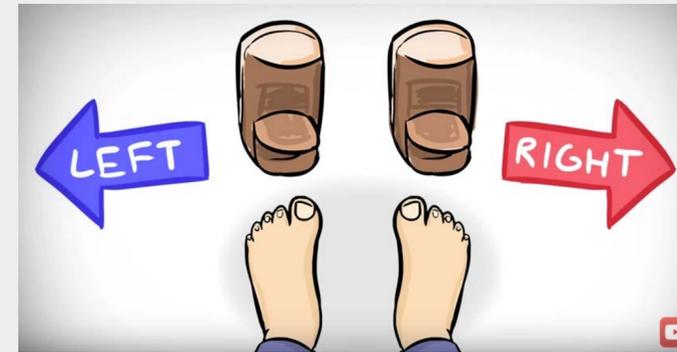
Asegúrate de que los espectadores tienen conocimientos básicos sobre el tema. A ver, ¿por qué las personas necesitamos zapatos?



Ejemplo 1

Alcanza la excelencia

Investiga y descubre qué es lo que más les interesa a tus espectadores. Por ejemplo, ¿sabías que los primeros zapatos no distinguían entre pie derecho e izquierdo? ¿Y que los actores trágicos de la antigüedad grecorromana fueron los primeros en utilizar zapatos de tacón? ¿Y que los neerlandeses inventaron los zuecos de madera porque sus tierras se inundaban y no querían que se les mojaran los pies? Pues Mr. Histor sí.



Ejemplo 2





Haz que signifique algo

Haz comparaciones con objetos o experiencias que les resulten familiares a los menores. Por ejemplo, Mr. Histor cae en la cuenta de que quizá sus espectadores no sepan qué es la lona, así que lo explica en el vídeo.

Ve más allá

No te quedes solo con lo previsible. Las primeras zapatillas las inventó un hombre llamado Norman que tenía unos pies enormes. De hecho, todo el mundo le conocía como Norman el Enorme. Mr. Histor va más allá y no nos habla solo de suelas y cordones.



Ejemplo 3



Ejemplo 4



Licencia para fardar

Dales a tus espectadores información que les sirva para impresionar, sorprender y, por qué no, presumir.

Preguntas profundas

Imagina que tus espectadores te hacen estas preguntas:

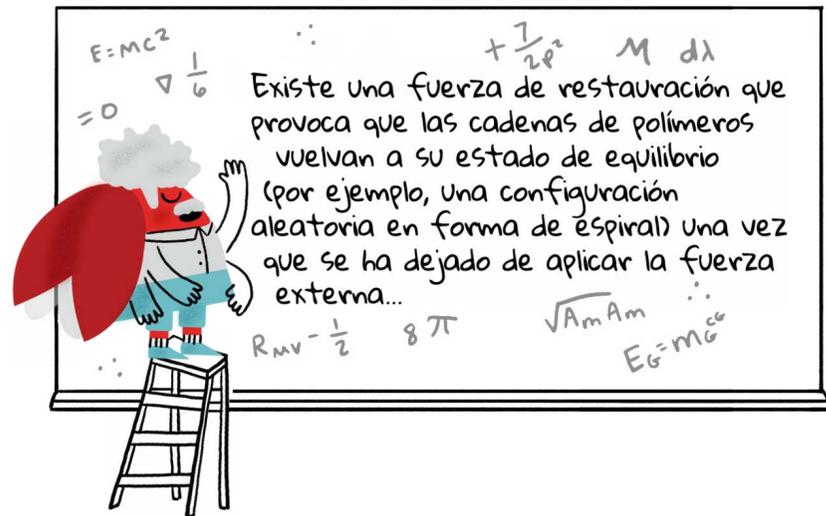
* *Ver la hoja de trabajo E*





Vocabulario

Hazte entender



¿Lo entiendes?

Seguramente no, a menos que tengas un doctorado, 4 másteres y seas catedrático y doctor *honoris causa* de química física especializado en espectroscopia por láser.

Cuando usas un vocabulario que está por encima de su nivel, los niños se quedan con la misma cara que acabas de poner tú. Elige con cuidado las palabras que utilizas para que los pequeños puedan empaparse de lo que les estás contando. De no hacerlo, tu contenido pasará delante de sus ojos como una configuración de polímeros con orden aleatorio de entropía alta. ¡Toma ya!

* Traducción: una banda elástica que chasca.

NOTAS DE CAMPO

TÍTULO

Consejos para elegir las palabras con cuidado

Palabras nuevas

Palabras por escrito

Palabras por el mundo

Palabras pomposas

Palabras nuevas

Cuando digas palabras que pueden ser desconocidas para los menores, es mejor que las describas en lugar de definir las.



Palabras por escrito

Ten en cuenta que tus jóvenes espectadores entienden más palabras de las que son capaces de leer. Antes de insertar texto en la pantalla, consulta los enlaces que aparecen en los recursos al final de esta sección para que los lectores principiantes puedan seguir el ritmo.

Palabras por el mundo

Si los espectadores hablan un idioma diferente en casa, es posible que no entiendan los refranes, la jerga y los coloquialismos.

Con esto no queremos decir que uses un vocabulario aburrido, sino que selecciones las palabras a conciencia y expliques a tus espectadores las expresiones que quizás desconozcan.

En YouTube, puedes encontrar una serie de [herramientas](#) para traducir los subtítulos, los títulos y las descripciones de los vídeos para que sean accesibles para una audiencia internacional.



Aporta algo a tu audiencia > Vocabulario

Palabras pomposas

Pese a lo que acabamos de decirte en la anterior diapositiva, no tengas miedo de utilizar palabras rimbombantes como PAQUIDERMO o EPIDERMIS

porque a los más pequeños les encanta utilizar vocablos que puede que ni los adultos conozcan. Eso sí, descríbelas, utilízalas varias veces y tampoco te pases.



Recursos

[Lexile Analyzer \(Lexile\)](#) (solo en inglés)

[Herramientas de YouTube para traducir contenido](#) (Centro de Ayuda de YouTube)

[Diccionario de rimas de RhymeZone](#) (solo en inglés)



The FuZees/I'm Me Sing Along

En este vídeo se presenta la palabra *único* a la audiencia de preescolar mediante repeticiones, ejemplos y diálogos en los que los personajes preguntan qué significa.



FlocabularyYT/Little Minnie

Flocabulary enseña vocabulario en contexto. Su contenido está dirigido especialmente a menores de unos 7 u 8 años.



BASHO & FRIENDS/Spanish greetings, feelings and locations

Basho enseña vocabulario en español a los espectadores con texto en pantalla, muchas repeticiones y canciones pegadizas.





Mnemotecnia

Consigue que sea inolvidable

¿Recuerdas cuando aquel profe tan guay te enseñó a contar con los nudillos cuántos días tiene cada mes? Seguro que también te acuerdas de la canción de las tablas de multiplicar con la que te sentías un as de los números. Cuando quieras contar información importante, hazlo de manera que tus espectadores sean incapaces de olvidarla.



NOTAS DE CAMPO

TÍTULO

Trucos para
retener información

Canciones

Rimas

Aliteración

Acrónimos

Mnemotecnia visual

Repetición

Humor

Canciones

¿Te ha pasado alguna vez que escuchas el principio de una canción que no oías desde hacía años y de repente te acuerdas de toda la letra? Las canciones se nos quedan grabadas.

Son la forma perfecta de recordar miles de cosas: desde matemáticas a idiomas, pasando por hábitos de vida saludable. Recuerda que algunas de las historias más largas de la humanidad se transmitieron oralmente en forma de canciones o cantos, antes de la invención de la escritura.

Recursos (solo en inglés)

Aprender con música
(CommunityPlaythings)

Canciones y rimas para promover
la alfabetización

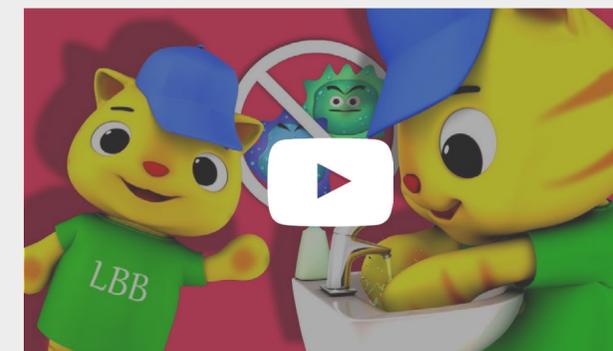
Rimas

Las rimas se quedan pegadas en el cerebro como una lapa y es imposible despegarlas. En serio, intenta olvidar alguna rima que te sepas. ¿Ves? Imposible.

*30 días tienen septiembre,
abril, junio y noviembre*



FlocabularyYT/Dividing Fractions



LittleBabyBum/Wash Your Hands Song for Children



Coma Niddy/Dinosaur Rap

*Pican, pican los mosquitos.
Pican con gran disimulo.
Unos pican en la cara
y otros pican en el...*



Aporta algo a tu audiencia > Mnemotecnia

Aliteración

Los juegos con el lenguaje, como la aliteración, son trucos tremendos para tratar temas turbulentos con tranquilidad.

Además, es una forma fabulosa de formarse en los fonemas. Según un estudio mencionado por la Association for Supervision and Curriculum Development (ASCD), saber distinguir los fonemas, que son la base del lenguaje, es un indicador clave del buen aprendizaje de la lectura durante los dos primeros años de escolarización.

El travieso hermano mayor de la aliteración, el trabalenguas, también es muy divertido para hacer acrobacias con el lenguaje.



Recurso (solo en inglés)

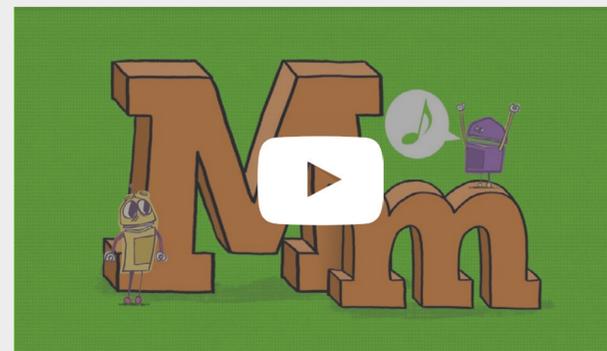
[Importancia del desarrollo de los fonemas \(ASCD\)](#)

Acrónimos

En ocasiones, el buen uso de los acrónimos puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso. Un gran ejemplo sería este acrónimo mítico:



*Bases del ADN:
"¡Adelanto Temerario, Guardia Civil!"
(Adenina-Timina, Guanina y Citosina)*



StoryBots/ABC Song: The Mighty M



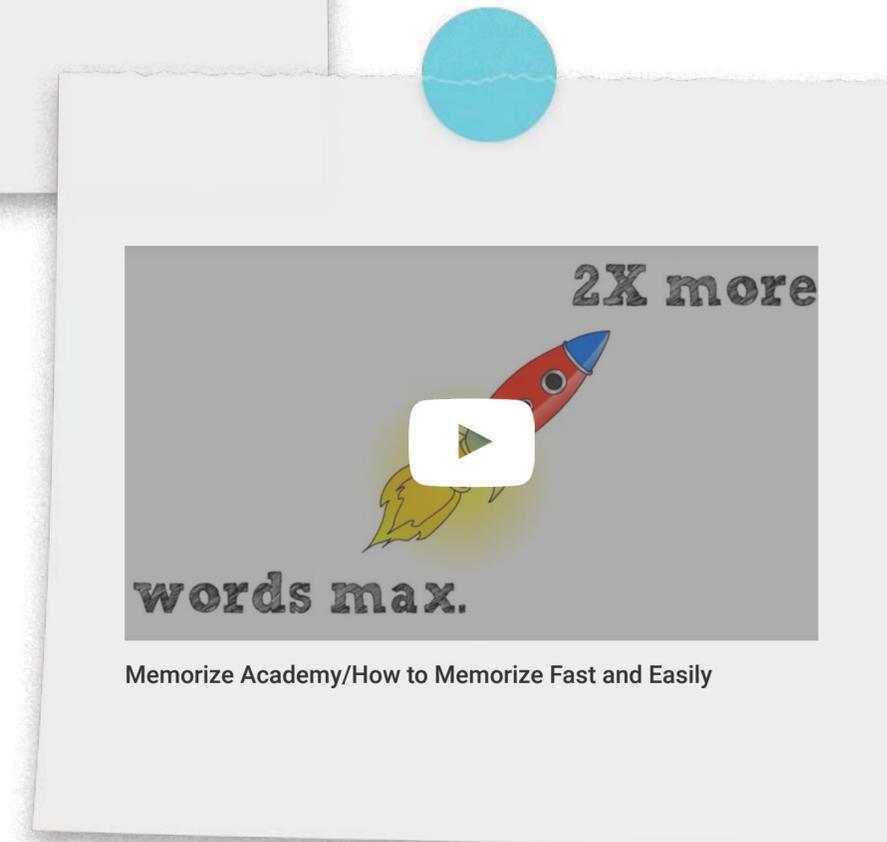
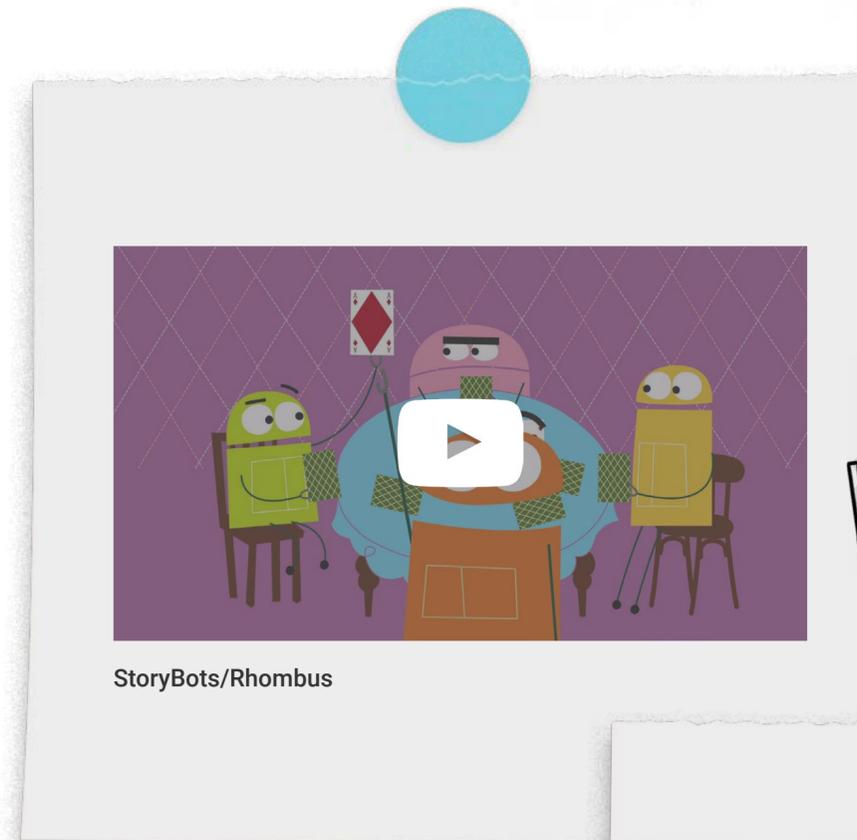
FlocabularyYT/Order of Operations—PEMDAS



Mnemotecnia visual

Échale un cable a la materia gris.

La mnemotecnia visual puede resultar mucho más efectiva que solo la verbal, sobre todo en el caso de largas listas de materiales.





Repetición

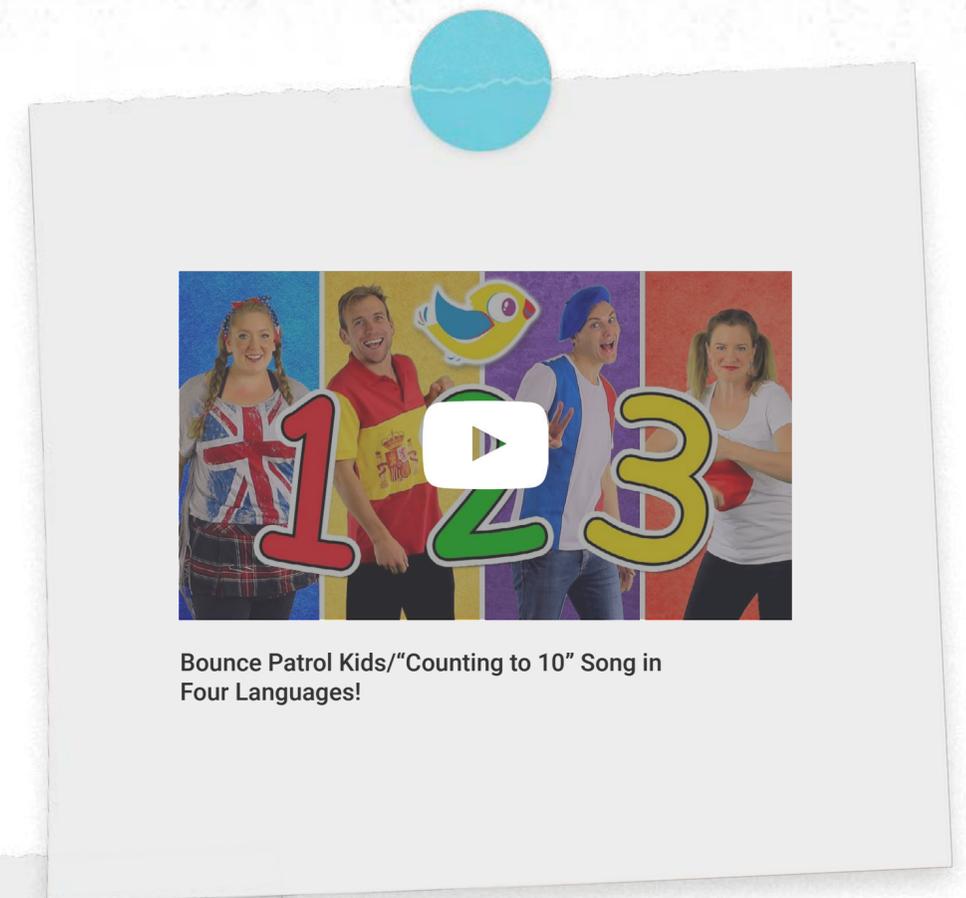
La repetición es especialmente importante para los más pequeños.

A menudo, los miembros más jóvenes de la familia necesitan que se les repitan los conceptos varias veces para poder aprovecharlos y sentir que los dominan. Además, nunca se sabe si la persona que hay al otro lado está prestando atención.

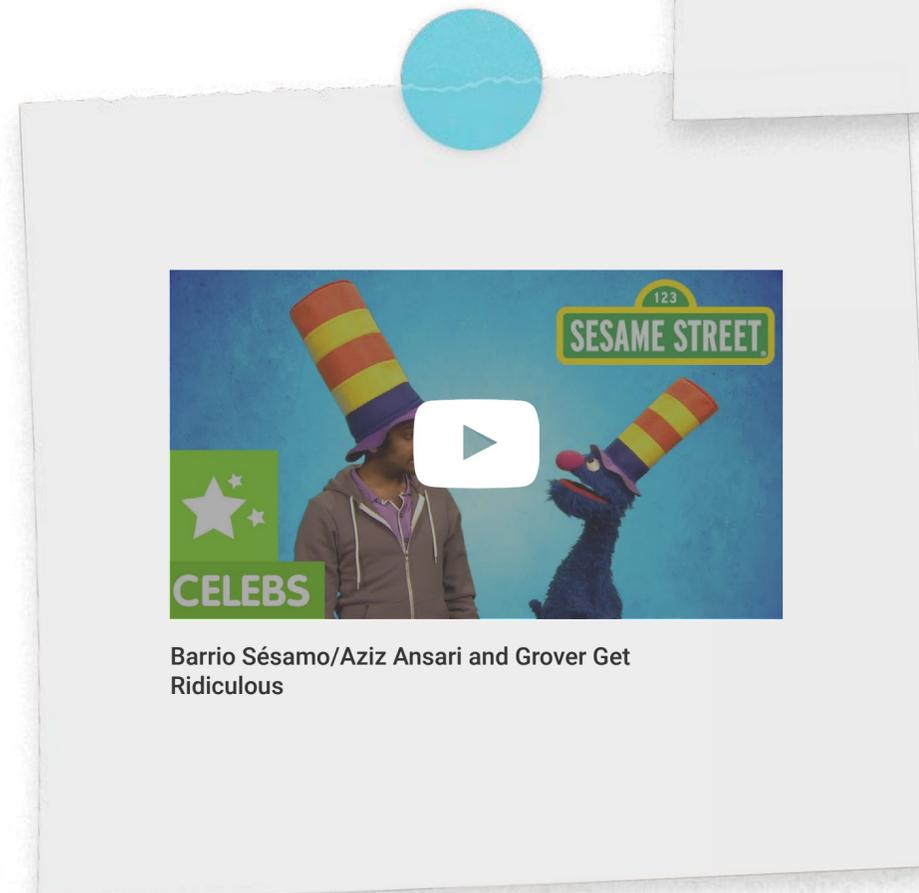
Por eso, te recomendamos que añadas estímulos visuales o sonoros para avisar a la audiencia de que se acerca algo *importante* y volver a hablar de ello más tarde por si lo pasaron por alto.

Humor

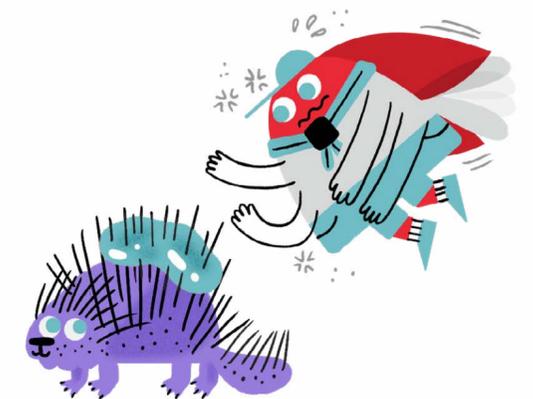
La risa puede ser más que simplemente pasar un buen rato. Las situaciones divertidas son muy difíciles de eliminar del cerebro, casi tanto como quitar un chicle del pelo de un puercoespín.



Bounce Patrol Kids/“Counting to 10” Song in Four Languages!



Barrio Sésamo/Aziz Ansari and Grover Get Ridiculous





Aporta algo a tu audiencia > Reclamos

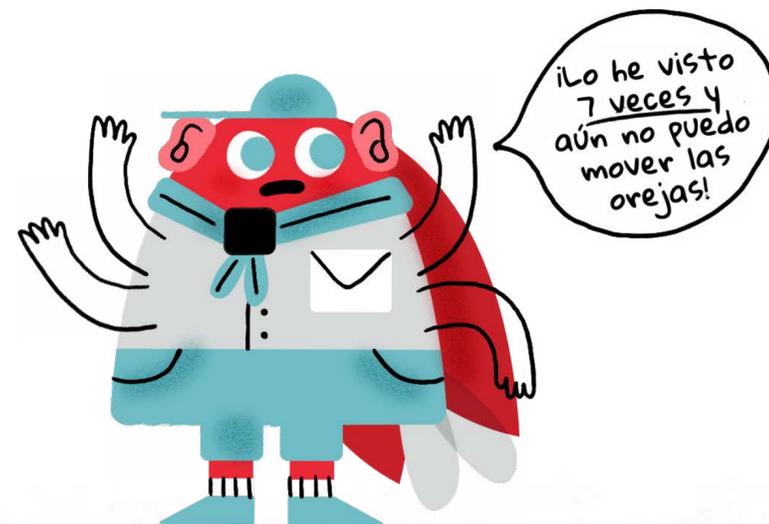
Reclamos

No prometas demasiado

Las miniaturas y los metadatos (que incluyen los títulos, las etiquetas y las descripciones de los vídeos) pueden ser muy útiles para tus espectadores, además de ayudar a que tu canal sea un éxito.

Eso sí, independientemente de lo que enseñes, nunca hagas afirmaciones descabelladas sobre su impacto. Evita reclamos como afirmar que ver tu programa hará que los admitan antes de tiempo en la Universidad de Oxford, que gracias a él podrán pasar por encima de edificios altos con un solo salto o que conseguirán ser expertos en el arte de mover las orejas de manera disociada. Es absolutamente inviable que suceda solo por ver tu programa.

Nota: Consulta las [políticas de miniaturas y metadatos engañosos](#) en las [normas de la comunidad de YouTube](#).



NOTAS DE CAMPO

TÍTULO

Consejos para las miniaturas
y los metadatos

Ve con la verdad por delante

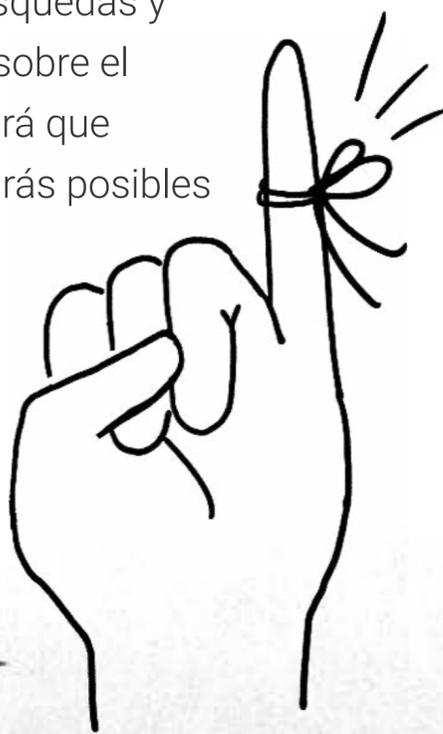
Crea metadatos específicos

Exprésate con cautela



Ve con la verdad por delante

Demuestra sinceridad a la hora de describir qué ofrece tu programa (consulta la sección Objetivos). Esto empieza por la miniatura, que debe ser apropiada para que la vean los menores. El título del vídeo debe representar con exactitud su contenido, además de ser gramatical y sintácticamente correcto. En definitiva, usa bien los metadatos y no abuses de las palabras clave para optimizar las búsquedas y la visibilidad. No crees falsas expectativas sobre el contenido que van a ver. Esta sinceridad hará que te ganes la confianza de las familias y evitarás posibles críticas dañinas y respuestas negativas.



Crea metadatos específicos

Pónselo fácil a los padres, cuidadores y profesores para que encuentren lo que están buscando. Para ello, tienes que crear títulos, etiquetas y descripciones precisos y específicos para tus vídeos. Si saben que es fácil encontrar tu canal (y les das lo que buscan), es muy probable que vuelvan a ver tu contenido. Elige un número razonable de etiquetas que reflejen el contenido del vídeo de forma precisa. Si quieres que tu vídeo se utilice en el entorno escolar, incluye los niveles de enseñanza a los que está destinado.



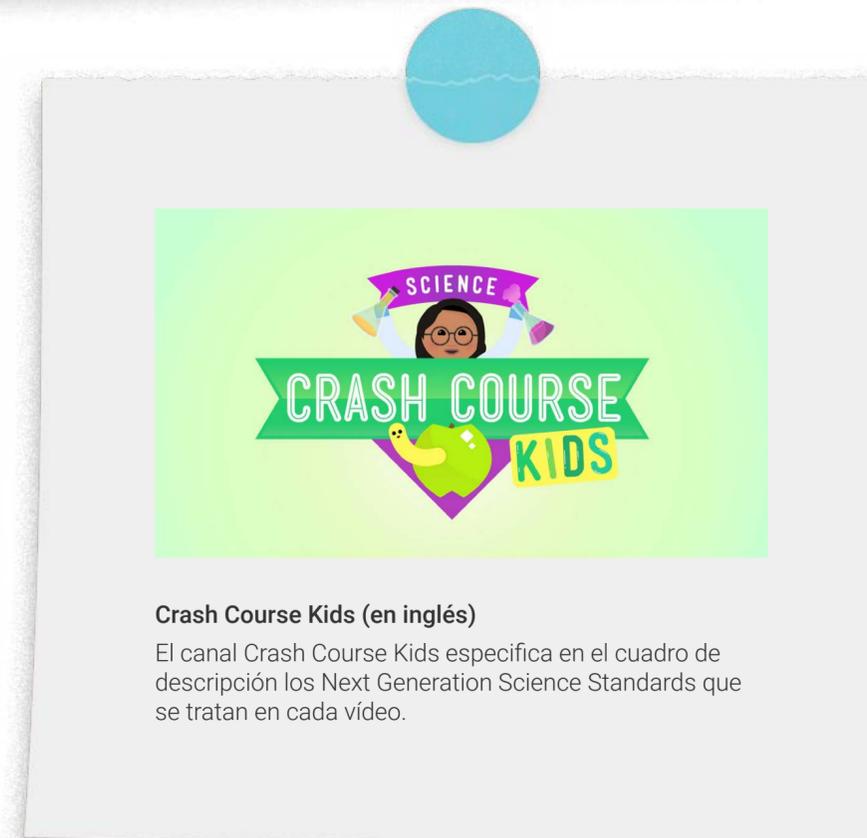
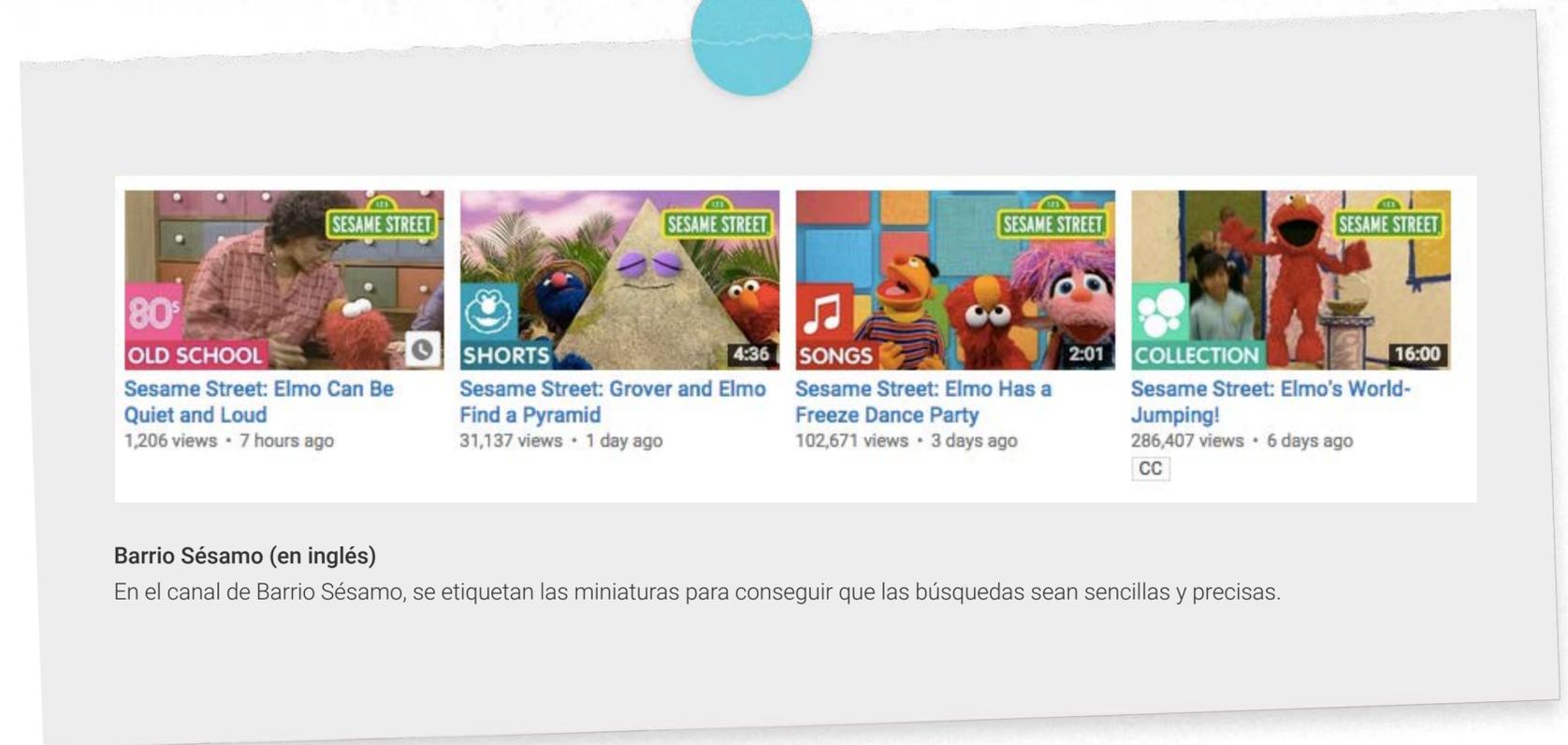
Exprésate con cautela

Cuando se trata de contenido audiovisual para toda la familia, hay una gran diferencia entre las palabras que implican descubrimiento, como "explorar" o "presentar", y las que implican resultados, como "enseñar" o "dominar". Este tipo de reclamos suelen requerir una investigación seria y contar con la ayuda de expertos en educación (y abogados).



Recurso

Crea miniaturas eficaces (Academia de Creadores)



Impresiona a tu audiencia

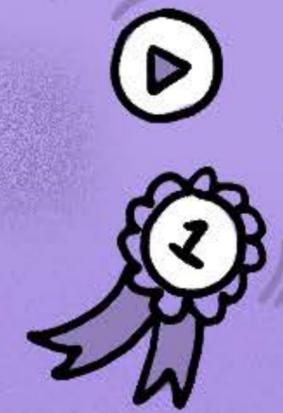
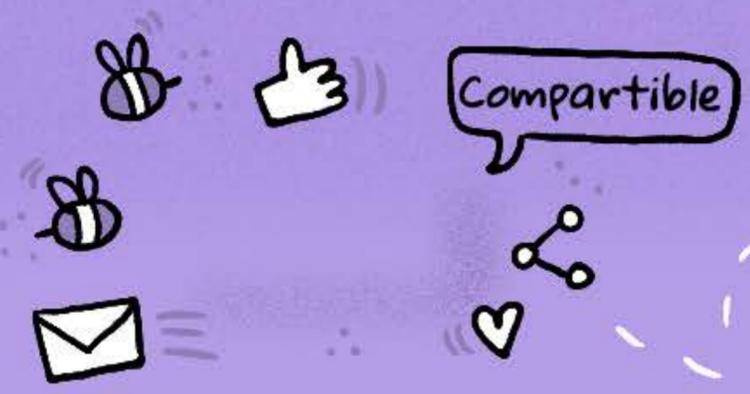
Producción visual

Producción de audio

Compartible

Sugerencias y análisis

YouTube Kids





Ahora que ya tienes un plan para crear un programa interesante, enriquecedor e ideal para tu audiencia, queremos darte algunos consejos para evitar los errores de producción típicos y que compartir tu programa familiar sea aún más emocionante.





Aspecto

Producción visual

Ofrece a tus espectadores lo mejor de lo mejor en iluminación, color y enfoque.

Las técnicas que emplees dependerán del contenido, pero estos son algunos aspectos que debes tener en cuenta de cara a la producción visual para toda la familia.



Recurso

Iluminación y cámara (Academia de Creadores)

NOTAS DE CAMPO

TÍTULO

Consejos para mejorar el aspecto de tu programa

Organízate

Disfruta del camino

Encuadre y enfoque

Elige los colores a conciencia

Fuente legible



Organízate

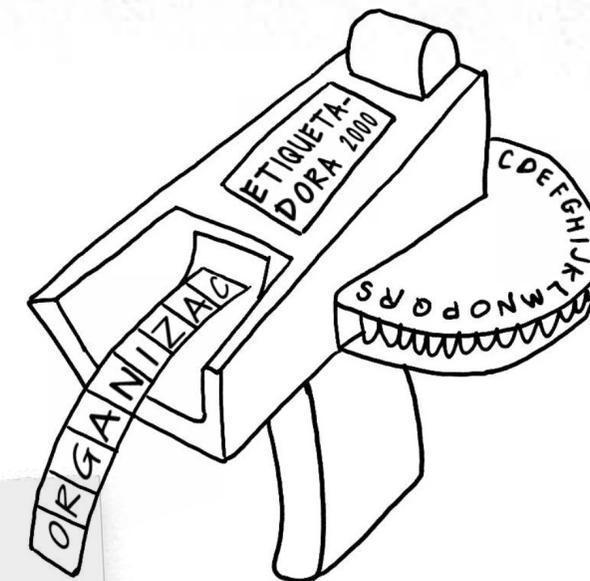
Ponles las cosas fáciles a los espectadores para que encuentren tu programa y tu canal, y disfruten de tu fantástico contenido.

Consulta las [principales estrategias para la aplicación YouTube Kids](#), donde encontrarás consejos sobre organización que harán que tu canal tenga una pinta estupenda incluso antes de ver ningún vídeo.

Disfruta del camino

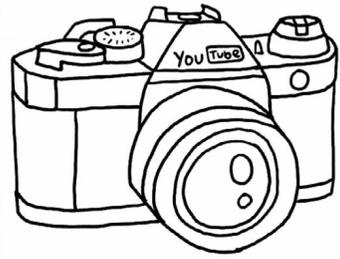
Tómatelo con calma.

Recuerda que los más pequeños consumen contenido y adquieren conocimientos a un ritmo diferente que los espectadores adultos. Su principal objetivo es aprender, mientras que los adultos seleccionan rápido la información para establecer cuáles son las mejores categorías y asociaciones. Evita los cortes demasiado bruscos para adaptarte a los espectadores más jóvenes. Si te mueves demasiado rápido, es posible que se pierdan aspectos importantes y deje de interesarles el contenido.



Ben and Holly's Little Kingdom

En este programa el ritmo es pausado, así que los más pequeños tienen el tiempo necesario para asimilar cada momento.



Encuadre y enfoque

Piensa que la cámara es una extensión de tus ojos.

Utiliza las tomas para que los menores establezcan conexiones y capten los elementos importantes de inmediato. Piensa concienzudamente en el encuadre y el enfoque, especialmente si vas a presentar conceptos nuevos o complicados.



Baby Einstein/Baby MacDonald

En estos vídeos se utiliza una fuente que se lee fácilmente, palabras bastante grandes y un enfoque claro para que los espectadores establezcan sin problemas la conexión entre las palabras y las imágenes.



The Pop Ups/All These Shapes

Esta pegadiza canción es rápida y gusta a personas de todas las edades, pero las palabras y las imágenes son lo suficientemente claras para que los espectadores establezcan conexiones.





Elige los colores a conciencia

Tanto si haces vídeos de animación como si lo tuyo es la acción real o una mezcla de ambas, una paleta de colores meditada facilitará que los menores se centren en los elementos clave, además de conseguir que tu programa sea reconocible y coherente. La paleta de colores de tu programa puede reflejar tu estilo y sensibilidad, aunque hay algunas directrices que debes tener en cuenta de cara a los más pequeños.

Evita la sobrecarga sensorial

Demasiados colores a la vez pueden arruinar un trabajo. Utiliza explosiones de color estratégicamente y con moderación.



El trazo grueso es tu aliado

Los bordes gruesos y destacados son herramientas útiles para que los miembros más jóvenes de la familia se centren en los personajes y el contenido de mayor importancia.



Debbie and Friends/Willy Won't Smile for the Camera

Los contornos gruesos hacen que los personajes destaquen y ayudan a que los espectadores se centren en la acción.



Super Simple ABCs/The Super Simple Alphabet Song (Uppercase)

Al destacar claramente los segmentos, los pequeños pueden seguir la canción y reforzar el aprendizaje de las letras.



Impresiona a tu audiencia > Aspecto

Aplica un estilo sencillo

Los fondos sencillos y limpios ayudan a centrar la atención.



Pocoyo/The Best Moments of Sleepy Bird!

Los fondos blancos consiguen que el simpático Pocoyó sea el centro de atención.



Peppa Pig/Compilation 1

En Peppa Pig se utiliza una paleta de colores coherente y fondos sencillos inspirados en dibujos infantiles.

Sé coherente

Una paleta de colores bien meditada puede dotar a tu programa de un aspecto reconocible que invite a los espectadores a disfrutar del contenido.

Información sobre el daltonismo

El 8 % de los niños tiene algún tipo de daltonismo (el porcentaje de niñas es mucho menor). Es importante que seas consciente de qué es y en qué consiste el daltonismo, sobre todo a la hora de crear una escena. Algunos espectadores serán incapaces de contar las cerezas rojas de un árbol verde, por mucho empeño que le pongan.



Recurso (solo en inglés)

[Introducción al daltonismo \(WeAreColorblind\)](#)

Fuente legible

Pongámonos en situación: eres un alienígena y acabas de aterrizar en el planeta Tierra. Te encuentras con un montón de letras y números y decides organizar los que se parecen en pequeños montones.

Centrémonos en los hechos. Hay algunas **ges** muy raras y unos **sietes** totalmente majaretas por ahí. Y bueno, por no hablar de la cursiva. Por eso, cuando pongas letras y números en pantalla, debes ser consciente de a qué te enfrentas y quiénes los leerán.

Datos y opiniones sobre las fuentes

A lo grande

Las fuentes grandes y claras son ideales para lectores principiantes y aspirantes.

Evita confusiones

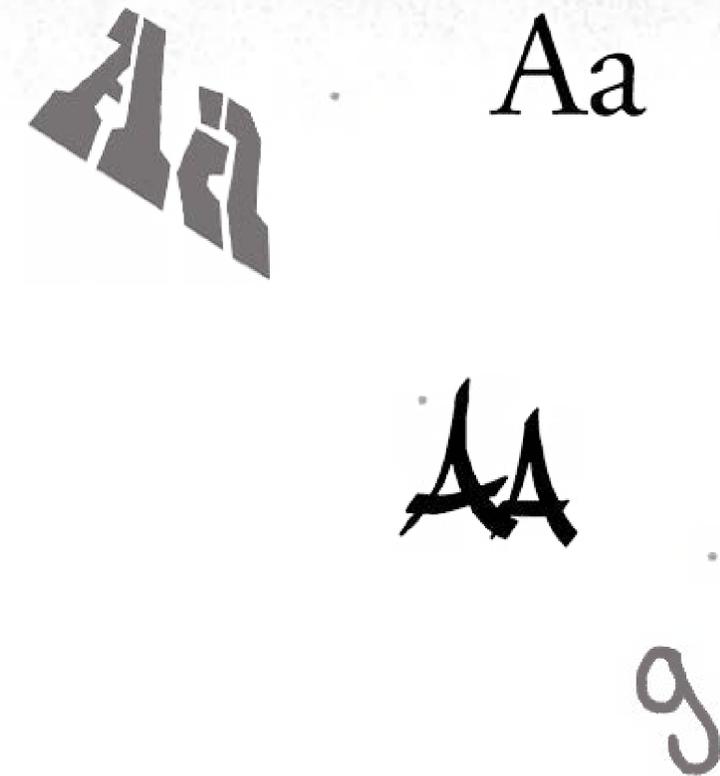
Asegúrate de que las letras que se confunden fácilmente, como la mayúscula de la *i* y la minúscula de la *L*, se distinguen sin problema.

Ve a lo sencillo

Las fuentes de aspecto redondeado y la mítica de los cuadernillos de caligrafía son perfectas para los lectores en potencia.

¿Escribir o leer?

Es posible que las mejores fuentes para aprender a *escribir* no sean las mismas que las idóneas para leer.



Recursos (solo en inglés)

[Leer en YouTube Kids \(Kidscreen\)](#)



Sonidos

Producción de audio

La calidad del sonido es clave: tu contenido debería pasar de forma clara y melódica del dispositivo a los oídos. A continuación, te presentamos algunos aspectos que debes tener en cuenta para que el sonido de tus vídeos sea agradable.

*Oooze emgt murphenshhhhBRP **

* Traducción: utiliza un buen micrófono.



NOTAS DE CAMPO

TÍTULO

Consejos para mejorar el audio de tu programa

Utiliza un buen micrófono

Diálogos al ritmo de la audiencia

Voces agradables

Sí a la voz en off

Música de fondo sutil

¡Chantatachán!

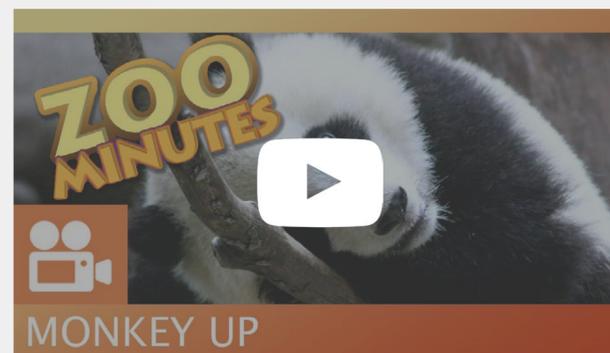


Diálogos al ritmo de la audiencia

Pisa un poco el freno para que los menores puedan enterarse de todo, especialmente cuando presentes una situación nueva. Dale el tiempo necesario para escuchar y procesar tu magnífico contenido. Prueba a mezclar los diálogos con música, elementos visuales y puede que incluso con el silencio.

Voces agradables

¿Sonaría bien tu programa en la oscuridad? ¿Y en un largo viaje en coche? A las familias debería encantarles escuchar tu programa. De hecho, tanto si hablas tú como si incluyes un elenco de personajes chiflados (o ambas opciones), asegúrate de que son voces agradables.



Air Bud TV/Monkey Up-Zoo Minutes

El narrador, Mont the Monkey, aporta su alegre personalidad a la serie *Monkey Up*.



Peep and the Big Wide World/The Disappearing Drink

En Peep and the Big Wide World, los personajes tienen voces agradables, hay una relajante voz en off y el ritmo permite que los espectadores resuelvan los problemas a la vez que los personajes.

Sí a la voz en off

La voz en off puede ser de ayuda para que los menores no pierdan el hilo y para evocar la tranquilizadora sensación de los cuentos. Además, refuerza los conceptos clave o implica a los espectadores en la historia al romper la cuarta pared para que hagan preguntas.



Música de fondo sutil

Una buena música de fondo puede crear el ambiente adecuado, añadir dramatismo, potenciar las situaciones cómicas, acentuar las emociones y lograr que tu programa parezca coherente y VIVO.

Sin embargo, una música de fondo mediocre puede desviar la atención de lo importante, ser dañina para el cerebro, ensombrecer los diálogos y, en general, resultar desagradable al oído.



Masha and The Bear/Recipe For Disaster



Sick Science!/Homemade Projector



Impresiona a tu audiencia > Sonidos

¡Chantatachán!

Sabemos que los efectos de sonido son una de las claves de la felicidad. Por eso, merece la pena crear un paisaje sonoro para que los espectadores disfruten. Además, los efectos de sonido pueden resultar divertidos y útiles.

A continuación te proponemos algunas maneras de maximizar su efecto:

Enfatiza las elecciones (BLIIIIING)

Centra la actividad en la pantalla (ZOOOOM)

Ayuda a recordar algo (¡Abróchense los cinturones! Clic clic PIIII clic)

Anuncia transiciones o segmentos que se repiten (BIP BIP BIP BIP)



Recursos

[Sonido y música \(Academia de Creadores\)](#)

[Lista de canciones de dominio público \(pdinfo\) \(solo en inglés\)](#)

[Música y efectos de sonido gratuitos sin derechos de autor \(PartnersInRhyme\) \(solo en inglés\)](#)

¡ESPLART!
GLUGLÚ
GLUGLÚ



TuTiTuTV/Phone



Action Movie Kid/James vs. Shark

¡ESNARF!

¡BURP!



Promoción

Compartir es vivir

Es todo un desafío conseguir que el contenido se vuelva viral en YouTube Kids, ya que los menores no pueden comentar ni compartir los vídeos.

No obstante, eso no quiere decir que no puedas generar interés para que las familias quieran ver tu programa. Entonces, ¿cómo puedes darle bombo a tu programa para toda la familia, ese tan inspirador, bonito y superenriquecedor que tiene una banda sonora increíble?



NOTAS DE CAMPO

TÍTULO

Consejos para que la audiencia comparta tu programa

Aborda los aspectos conflictivos

Provoca risas

Toca la fibra sensible

Crea contenido universal

Ayúdalos a fardar



Aborda los aspectos conflictivos

El camino hacia el aprendizaje y la madurez de los más pequeños está plagado de baches y desafíos.

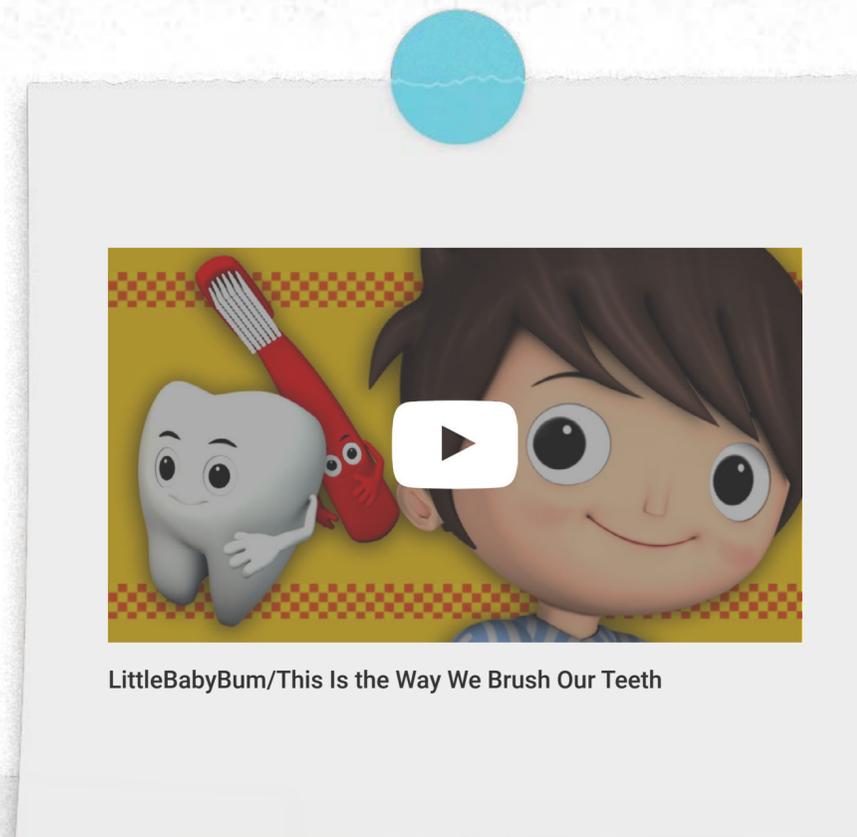
¿Qué puedes hacer tú para que sea menos turbulento? ¿Crisis de vestuario? ¿Rutinas aburridas? ¿Puedes facilitar herramientas en tu programa para que los menores las utilicen en la vida real?

Investiga. Pregunta a los menores qué les inquieta. Pregunta a padres, cuidadores y profesores cuáles son los desafíos a los que se enfrentan los menores en sus vidas. Visita blogs de padres. Conviértete en especialista en los conflictos más comunes relacionados con los menores y ayuda en lo que puedas.

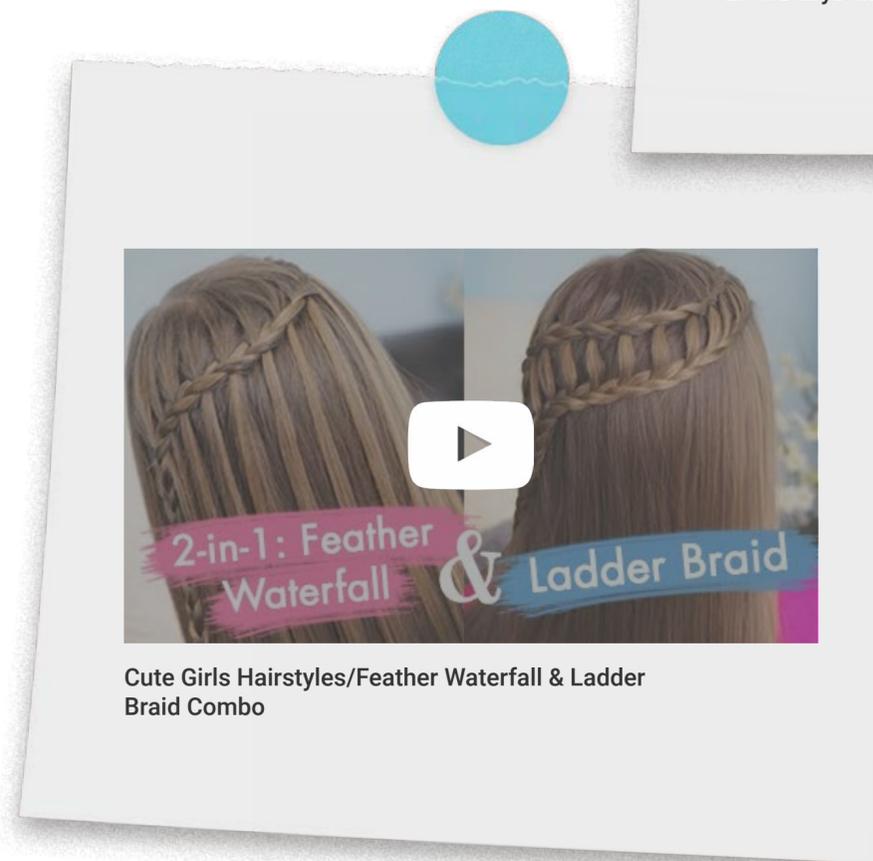


Recurso (solo en inglés)

[¿Qué pueden hacer los padres? \(PBS\)](#)



LittleBabyBum/This Is the Way We Brush Our Teeth



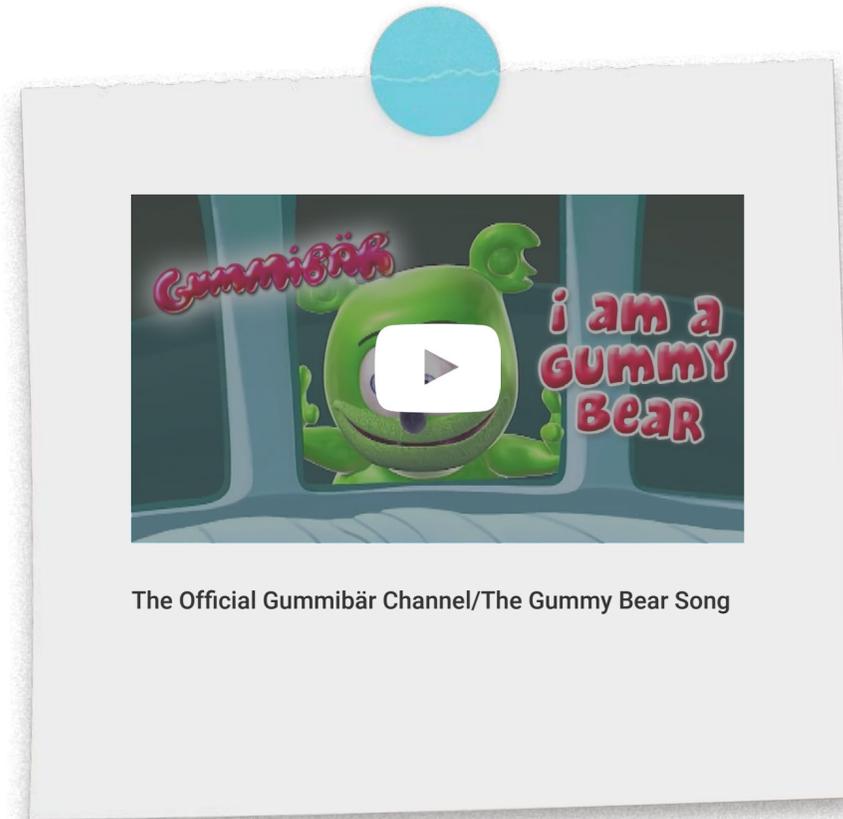
Cute Girls Hairstyles/Feather Waterfall & Ladder Braid Combo





Provoca risas

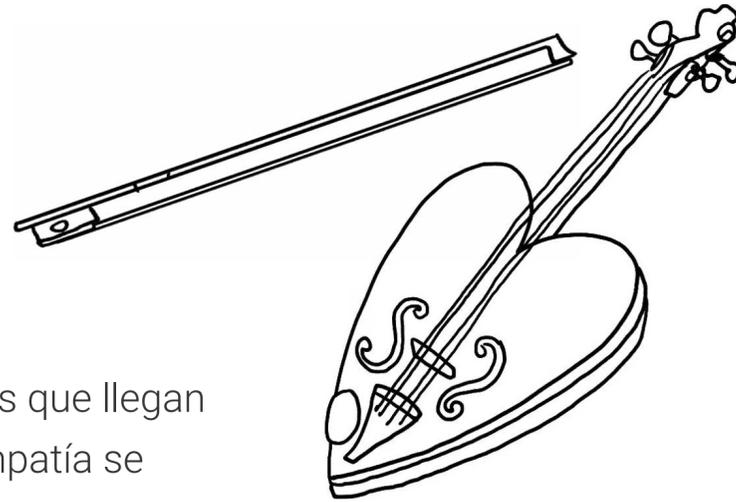
Todos necesitamos nuevo contenido y la risa es contagiosa por naturaleza. Por eso, si pega con el estilo de tu programa, incluye bromas tronchantes, sketches graciosos, voces raras y frases pegadizas para que las familias tengan tema de conversación.





Toca la fibra sensible

Algunos de los vídeos más populares son los que llegan al corazón. Los vídeos que promueven la empatía se quedan grabados en la retina de los espectadores. Por tanto, no dudes en compartir algún momento que sea bueno e importante.



Crema contenido universal

Sin los padres no habría audiencia familiar. ¿Cómo puedes demostrarles que te mereces su confianza?

Por ejemplo, puedes incluir bromas y referencias que puedan entender varias generaciones. Este tipo de guiños sorprenderán gratamente a los adultos de la familia y correrán la voz sobre tu programa. Sin ir más lejos, desde hace 40 años, Barrio Sésamo crea contenido multigeneracional. Una buena muestra de su éxito es el vídeo *Share It Maybe*, que tiene más de 20 millones de visualizaciones.



SoulPancake/Street Compliments



Barrio Sésamo/Share It Maybe

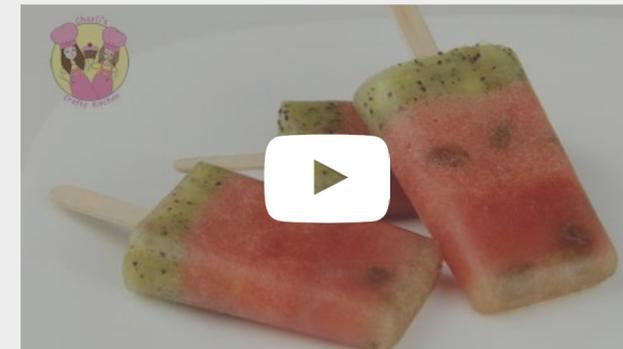


Ayúdales a fardar

Si les das recursos de los que puedan presumir (ya sean palabras rimbombantes, datos curiosos, movimientos increíbles o cálculos asombrosos), cualquiera que les escuche les preguntará "Oye, ¿y eso dónde lo has aprendido?".



MakeMeGeniusIndia/Solar System Planets Interesting Facts for Kids



CharlisCraftyKitchen/WATERMELON POPSICLES



Full-Time Kid/Multiplication Trick



Sondeos

Sugerencias y análisis

Pon a prueba tu material lo antes posible y regularmente ante los verdaderos expertos: tu audiencia principal.

En función de las características de tu proyecto, te recomendamos que compruebes los siguientes aspectos con familias y menores en diferentes etapas de desarrollo:

Concepto → Guion → Diseño de personajes

→ Animación → Video final



No intentes influir en la respuesta de los espectadores

Es mucho mejor animarles a dar su opinión.

Por ejemplo, puedes preguntarles: "¿Te ha parecido que había partes divertidas?". Si responden que sí, podrás seguir preguntando para que los espectadores sientan que son los protagonistas. Otro buen ejemplo sería: "¿Cuál ha sido la parte más divertida?".

Investiga el trasfondo de las respuestas

Realiza preguntas para descubrir los motivos que hay detrás de cada respuesta.

Para ir abriendo boca, puedes decir: "¿Volverías a verlo?", y luego puedes preguntar lo que realmente te interesa saber: "¿Por qué?" o "¿Por qué no?", quizás incluso "¿Cuándo?" o "¿Dónde?". Este tipo de preguntas que van más allá son especialmente importantes, ya que te proporcionan información que puede servirte para pulir tu contenido.

** Ver la hoja de trabajo F*



Grupos de prueba diversos

Cuanto más diverso sea el grupo de prueba, mejor.

Habla con familias. Pon a prueba tu programa con personas de diferentes edades: quizás descubras que puede atraer a un público más amplio de lo que esperabas. Por cierto, estas pruebas no tienen que ser formales. Puedes compartir ilustraciones de los personajes, probar a hacer alguna broma o simplemente observar si las familias "lo pillan".



Analiza el rendimiento

YouTube Analytics es una herramienta útil para ver tus estadísticas globales. En los informes agregados puedes descubrir de dónde son tus espectadores o cuánto tiempo dedican a ver tu contenido. Estos datos te permiten evolucionar y mejorar el programa para tu audiencia.



Fin

Fin



YouTube Family & Learning y YouTube Spaces
te han ofrecido esta guía de campo sobre
cómo crear contenido para YouTube Kids.



Colaboradores

Queremos dar las gracias a todos los creadores de YouTube que nos han permitido utilizar su ejemplar trabajo en esta guía de campo, así como a todos los expertos en educación y en contenido audiovisual para toda la familia que indicamos a continuación.

Rachael Sophia Tobener

Escritora y profesional del diseño de interacción

Rachael es la colaboradora principal de la *guía de campo para crear contenido para toda la familia* de YouTube. También ha desarrollado galardonados vídeos, juguetes, aplicaciones móviles y libros para numerosas empresas como Disney, Crayola, LeapFrog y Discovery Kids.

Alice Cahn

Consultora de contenido audiovisual para jóvenes y familias

Alice Cahn es consultora especializada en contenido audiovisual para jóvenes. Entre sus clientes figuran la Facultad de Educación de la Universidad de Harvard y YouTube Kids. Es la fundadora del laureado proyecto STOP BULLYING SPEAK UP, directora ejecutiva del contenido audiovisual interactivo de Markle Foundation, presidenta de la sección de televisión y largometrajes de Sesame Workshop y directora de la programación infantil de PBS.

Doctora Anne E. Cunningham

Profesora de desarrollo humano en la Universidad de California en Berkeley

La doctora Cunningham ha trabajado en el consejo asesor de los departamentos de tecnología y educación de empresas audiovisuales como Sesame Street, Leapfrog, Scholastic y HMH. Es la autora de *Book Smart: How to Develop and Support a Successful Motivated Reader*, donde analiza las estrategias que pueden adoptar padres y profesores para que los menores se interesen por la lectura y disfruten de ella.

Bob Hirshon

Director del programa de tecnología y aprendizaje de la AAAS

Bob produce el programa radiofónico *Science Update* de la Asociación Estadounidense para el Avance de la Ciencia (AAAS) y lidera distintos programas de innovación en ciencias de la educación como KC Empower, Science NetLinks y Kinetic City. En la emisora Kids' Place Live de XM Sirius, responde a preguntas sobre ciencia bajo el nombre de Bob the Science Slob.

Julie Clark

Directora ejecutiva de WeeSchool

Julie trabajó anteriormente como profesora, es una de las pioneras del movimiento "maker" y está detrás de Baby Einstein, The Safe Side y de la reciente WeeSchool. Desde su propio hogar, Julie creó una empresa de entretenimiento infantil que alcanzó un éxito internacional y se convirtió en una de las marcas más emblemáticas del mundo. Su pasión es la educación en las edades más tempranas.



Colaboradores

Kathleen L. Huntley

Educadora de salud sénior en Kaiser Permanente

A Kathleen le apasiona formar parte de un equipo que comparte el objetivo de mejorar las experiencias de los menores y sus familias. Utiliza la tecnología para promover hábitos de vida saludable y bienestar físico, como la increíble tendencia de convertir un medio sedentario en una experiencia de exploración multidimensional y activa.

Karen Hill Scott, doctora en Educación

Consultora de contenido audiovisual infantil y para familias

La doctora Hill Scott es una de las colaboradoras más importantes de contenido audiovisual infantil, ya que ha prestado sus servicios de consultoría en más de 2500 episodios de televisión y vídeo. Sus trabajos reflejan el cumplimiento de la FCC, la diversidad, la adecuación del contenido a la edad y la implicación de los progenitores. Tiene programas de todos los formatos: películas, animación, acción real, documentales y contenido para revistas. Algunos incluso han recibido premios Humanitas y Emmy.

Doctor Michael Cohen

Presidente de Michael Cohen Group, LLC

El doctor Cohen es psicólogo del desarrollo y presidente del Michael Cohen Group, LLC. Durante los últimos 30 años su trabajo se ha centrado en la combinación de la educación, el desarrollo, los medios de comunicación y el bienestar de los menores. Ha estado al frente de las tareas de investigación y evaluación del Ministerio de Educación de Estados Unidos para la iniciativa Ready-to Learn. Además, colabora regularmente en el desarrollo de contenido digital educativo y tecnología.

Mike O'Connor

Estrategias creativas y desarrollo de la audiencia

Mike ha estado al mando de las estrategias y el desarrollo de Cool School, uno de los canales infantiles más longevos de YouTube con personajes muy queridos como Drew Pendous, Crafty Carol y Ms. Booksy. Actualmente, Mike colabora con NBCUniversal para desarrollar contenido y generar audiencias en las plataformas digitales.

Norman Stiles

Guionista y productor

Norman Stiles ha sido guionista en plantilla y guionista principal de Barrio Sésamo durante 20 años. Además es cocreador (y en su día fue productor ejecutivo y guionista principal) de las series de PBS *Between the Lions* y *Lomax, the Hound of Music*. Ha ganado 15 premios Emmy por su trabajo en la televisión infantil.

Rick Fernandes

Director ejecutivo de contenido audiovisual infantil

Rick Fernandes lleva más de 30 años en el mundo de la televisión infantil. Ha trabajado como productor, director y editor. Entre sus mayores éxitos destacan un premio Emmy por dirigir la serie de Disney Channel *El oso de la casa azul*, además de 11 nominaciones (2 como productor, 5 como director y 4 como editor).



Colaboradores

Suzanne I. Barchers, doctora en Educación

Escritora independiente

Suzanne ha escrito más de 200 libros dirigidos tanto a niños como a profesores. Ha trabajado y realizado tareas de consultoría internacional en empresas como Weekly Reader, LeapFrog, LingoKids y Reading Rainbow. En el pasado, también participó en el consejo asesor de Next Generation Media de PBS y formó parte de la Association of Educational Publishers.

Tara Tiger Brown

Directora general

Tara es la fundadora de LA Makerspace, una organización sin ánimo de lucro cuyo objetivo es formar a menores de barrios con pocos recursos en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM). También ha fundado las empresas emergentes KitHub y Connected Camps, y es la directora técnica de Digital Media Learning Research Hub.

Hojas de trabajo



 YouTube Kids





Hoja de trabajo B

Qué no debes hacer

Instrucciones

¿Crees que las familias se sentirán SEGURAS y AL MANDO al ver todos juntos tu programa? Completa la lista para saber si vas por el buen camino.

¿TU PROGRAMA ES ALGUNA DE ESTAS COSAS?		SÍ	NO
INVASIVO	¿Invades la privacidad de alguien? ¿Pides a los niños que hagan algo que sus familias no querrían que hicieran?		
VIOLENTO	¿Hay violencia gratuita o conflictos sin resolver? ¿Muestras un comportamiento que no querrías que imitasen los niños?		
INAPROPIADO (POR EL LENGUAJE USADO)	¿Usas un lenguaje que no podrías utilizar en un colegio?		
OBSCENO	¿Te daría corte enseñar el vídeo a tu madre? ¿Y a tu abuela?		
INAPROPIADO (POR EL VESTUARIO)	¿Hay escenas que podrían incomodar a los participantes o a los espectadores? Por ejemplo: atuendos demasiado reveladores o situaciones que puedan dar pie a malentendidos.		
ESCALOFRIANTE	¿Provocará pesadillas a los espectadores?		
MEZQUINO	¿Tus personajes se comportarían de forma mezquina con un niño de 3 años?		
CONDESCENDIENTE	¿Los niños sentirán que se menosprecia su inteligencia?		
IRRITANTE	¿Las familias querrán quitar el vídeo?		
ATURDIDOR	¿Hará que los niños se queden atontados?		
OFENSIVO	¿Incluye contenido inadecuado u ofensivo para distintos tipos de personas?		
CONFUSO	¿A los niños les costará seguir el vídeo?		
PELIGROSO	¿Alguien podría resultar herido por seguir tu ejemplo? ¿Haces cosas peligrosas sin recordar a los niños que no deben imitarlas en sus casas?		
ABURRIDO	¿Los niños preferirían limpiar su cuarto antes que verlo?		
DE MALA CALIDAD	¿Es difícil ver y oír el vídeo por su mala calidad?		
DEMASIADO ESTIMULANTE	¿Puede dar dolor de cabeza a los niños y a sus familias?		
PREJUICIOSO	¿Hay personajes masculinos y femeninos interesantes? ¿Y personajes diversos con los que puedan identificarse los espectadores?		

Recordatorios importantes



No le pidas a los menores que:

- Vean programas que pueden resultar inapropiados para su edad.
- Les oculten algo a sus padres.
- Visiten redes sociales.
- Compartan información personal.
- Hablen con desconocidos.
- Compren algo.



Favorece un entorno seguro:

- Ofrece ejemplos de formas positivas de resolver conflictos.
- Posiciónate en contra del acoso y no ensalces ese tipo de comportamientos.
- Ten mucho cuidado si incluyes escenas de lucha.
- Los espectadores imitan lo que ven.



Elige con cuidado tus palabras:

- No utilices un lenguaje que se considere inapropiado para los menores.
- Opta por un lenguaje que se considere apropiado en todas las culturas.
- Usa palabras graciosas y creativas, y evita las inapropiadas.
- Medita bien las palabras que eliges.





Hoja de trabajo C

Argumento

Instrucciones

¿Tu historia atrapará al espectador? Comprueba los aspectos clave en la lista. Luego, desarrolla y define el arco argumental de tu historia.

Mi arco argumental:

LISTA DE COMPROBACIÓN DEL ARCO ARGUMENTAL	
MI HISTORIA TRATA SOBRE (personaje)	
QUE QUIERE (deseo)	
Y QUE TEME A (miedo)	
DEBE ENFRENTARSE A (obstáculo)	
Y A (obstáculo)	
Y A (obstáculo)	
HASTA QUE POR FIN (resolución)	



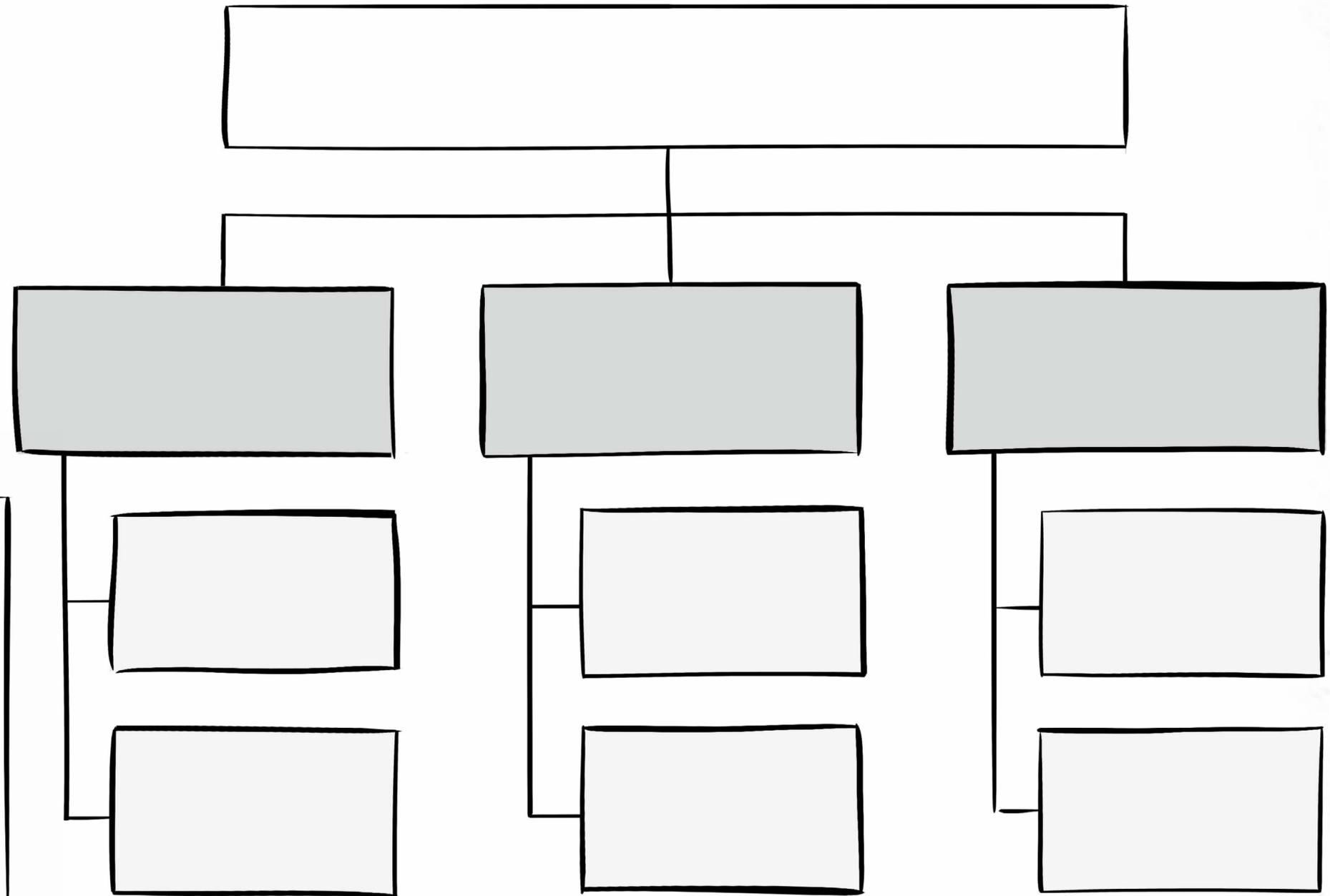
Hoja de trabajo D

Objetivos

Instrucciones

¿POR QUÉ haces este programa para toda la familia?
Define tu OBJETIVO PRINCIPAL en el cuadro que aparece a continuación. Luego, rellena el esquema de objetivos para descubrir qué debes hacer para conseguirlo.

Mi objetivo principal:



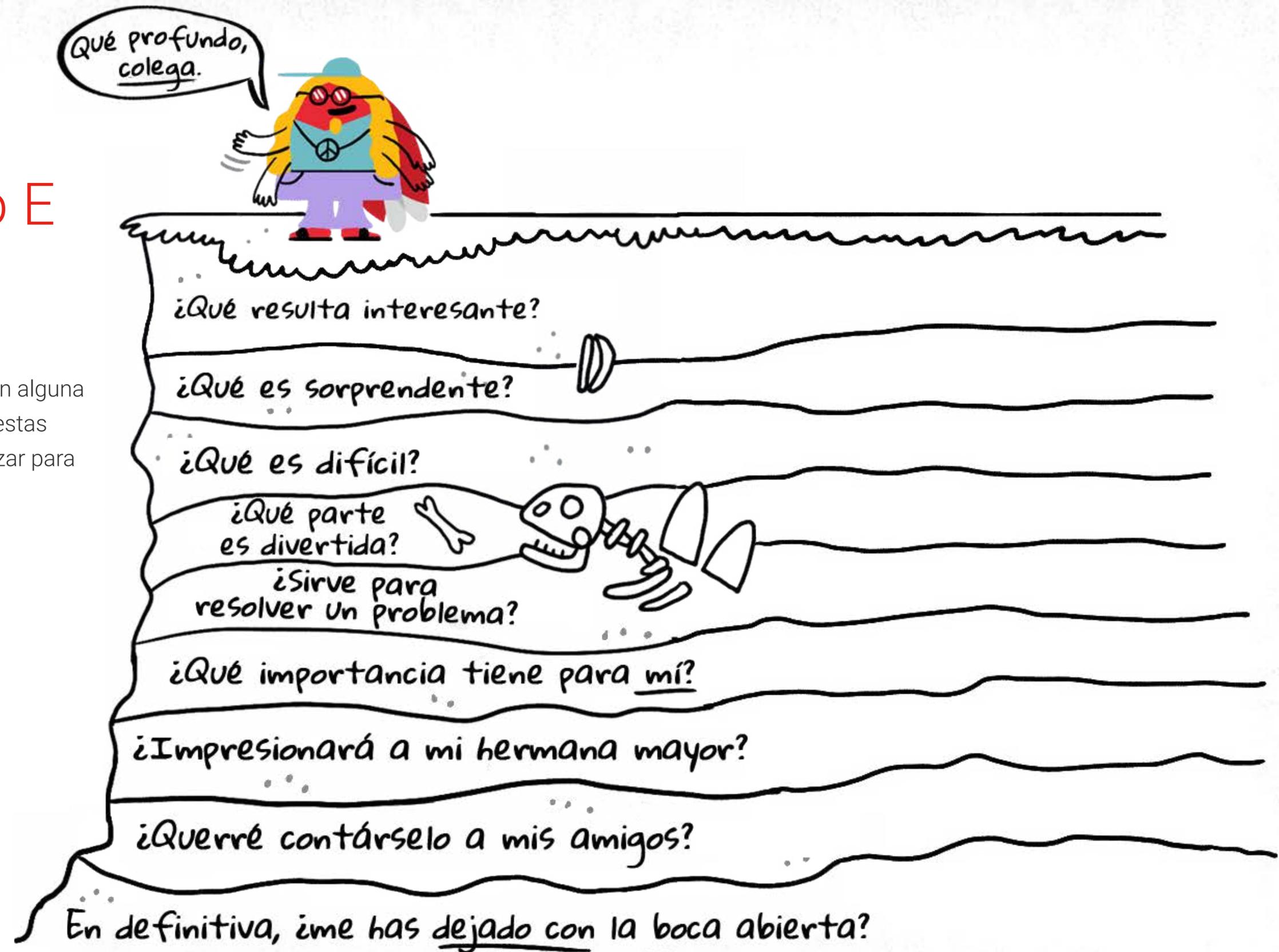


Hoja de trabajo E

Investigación

Instrucciones

Imagina que tus espectadores te hacen alguna de estas preguntas. Escribe tus respuestas para saber en qué tienes que profundizar para crear el mejor contenido posible.





Hoja de trabajo F

Sondeos

Instrucciones

Crea una lista para comprobar qué sienten y opinan tus espectadores. Puedes basarte en las preguntas que aparecen a la derecha. Pon a prueba tu material con menores y familias en diferentes momentos del proceso. Adapta las preguntas tanto como sea necesario para sacar el máximo partido posible a sus respuestas.



PREGUNTAS DE EJEMPLO	RESPUESTAS
¿De qué crees que va el programa?	
¿Crees que ha habido momentos divertidos? ¿Cuál ha sido el más gracioso?	
¿Te gustaría volver a verlo? ¿Por qué? ¿Por qué no? ¿Cuándo? ¿Dónde?	
¿Enseñarías este programa a tus amigos? ¿Por qué? ¿Cuándo? ¿A quién?	
¿Te ha molestado algo? ¿El qué exactamente?	
¿Quién ha sido tu personaje favorito? ¿Por qué?	
¿Crees que algo de lo que has visto podría asustar a los niños? ¿Qué parte? ¿Por qué?	
¿Algo te resultó confuso? ¿Tienes alguna idea para hacerlo más claro?	
Si dirigieras este programa, ¿qué cambiarías? ¿Por qué?	





Renuncia

Los enlaces a sitios web de terceros que aparecen en esta guía de campo no son propiedad ni están bajo el control de YouTube. YouTube no controla ni se responsabiliza del contenido, de las políticas de privacidad ni de las prácticas de cualquiera de estos sitios web. Al usar esta guía de campo, eximes expresamente a YouTube de toda responsabilidad que se derive del uso de cualquier sitio web de terceros.