

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**Campaña de Comunicación “YOUR WAY, tu camino a tu
manera”**

Sofía Denisse Arias Proaño

Comunicación

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Comunicación

Quito, mayo de 2023

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas COCOA

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

**Campaña de Comunicación “YOUR WAY, tu camino a tu
manera”**

YOUR WAY, tu camino a tu manera

Sofía Denisse Arias Proaño

Nombre del profesor, Título académico María José Enríquez Cruz, PhD en
Comunicación

Quito, mayo de 2023

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Sofía Denisse Arias Proaño

Código: 00211465

Cédula de identidad: 1718327131

Lugar y fecha: Quito, mayo de 2023

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

La capacidad de decidir cuál será el siguiente paso tras concluir la etapa de educación secundaria, ha llegado a ser un camino de estrés y ansiedad para muchos jóvenes en el mundo. El comprender la responsabilidad que implica poder elegir cuál será nuestro camino profesional puede llevar a las personas a momentos de mucho estrés y de confusión, lo que a la larga puede conducir a problemas de autoestima y salud mental. Este es un conflicto por el que atraviesan muchos jóvenes, durante una etapa de mucho cuestionamiento y transiciones. Para muchos, el camino que quieren arrancar es claro, mientras que para otros no. Para estos últimos, algunos factores llegan a tener mayor peso, como el sistema de educación, la crianza, la ideología familiar, idiosincrasia, contexto socio económico y demás factores que entran en juego. Sin embargo, es un tema que, a pesar de que lo viven muchos, no se ha discutido con el fin de encontrar soluciones.

Este proceso es individual. No obstante, la sociedad todavía enmarca un modelo de vida exacto para todos. Es por ello que la orientación vocacional es un esfuerzo por poder comprender a cada uno y encaminar a desarrollar sus propósitos profesionales. La presente investigación busca entender a más profundidad el proceso que atraviesan los adolescentes y cómo encontrar vías adecuadas que encaminen a soluciones particulares, de tal forma que se tome a consideración la salud mental de los jóvenes y el desarrollo óptimo de la sociedad. Tras analizar la importancia de la investigación, se realizó la campaña de educomunicación *Your Way*, dirigida a estudiantes preuniversitarios y padres de familia, con la finalidad de promover una elección de carrera universitaria de manera consciente, de escucha y que se ajuste a los intereses y objetivos de cada estudiante de manera individual.

Palabras clave: campaña, comunicación, vocacional, educación, profesional.

ABSTRACT

Being able to decide what the next step will be after completing secondary education has become a path of stress and anxiety for many young people in the world. Understanding the responsibility that comes with being able to choose what our career path will be can lead people to moments of great stress and confusion, which in the long run can lead to self-esteem and mental health problems. This is a conflict that many young people go through, during a period of much questioning and transitions. For many people, the path they want to start is clear, while for others it is not. For the ones who is not clear, some factors come to have greater importance, such as the education system, upbringing, family ideology, idiosyncrasy, socio-economic context and other factors that come into play. However, it is a subject that, despite the fact that many experience it, has not been discussed in order to find solutions.

This process is individual. However, society still frames an exact life model for everyone. That is why vocational guidance is an effort to be able to understand each one and direct them to develop their professional purposes. This research seeks to understand in more depth the process that adolescents go through and how to find adequate paths that lead to particular solutions, in such a way that the mental health of young people and the optimal development of society are taken into consideration. After analyzing the importance of the research, the educommunication campaign *Your Way* was carried out aimed at pre-university students and parents, with the purpose of promoting a conscious choice of university career, listening and adjusting to the interests and objectives of each individual student.

Key words: campaign, communication, vocational, education, professional.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO 1: SALUD EMOCIONAL EN JÓVENES	12
1.1. ANTECEDENTES – SEPARATIDAD EN LA ADOLESCENCIA	12
1.2. ¿POR QUÉ EMPIEZA LA COMPARACIÓN?	13
1.3. COVID Y SUS EFECTOS EN LA SALUD MENTAL DE JÓVENES PREUNIVERSITARIOS	15
1.4. FACTORES DEL ENTORNO ACADÉMICO QUE INFLUYEN EN LA AUTESTIMA DEL JOVEN Y ADOLESCENTE	17
CAPÍTULO 2: ORIENTACIÓN VOCACIONAL	19
2.1. TÉCNICAS QUE DIFICULTAN LA BUENA ORIENTACIÓN VOCACIONAL EN LOS ESTUDIANTES	19
2.2. ACCIONES DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS EN ECUADOR FRENTE A LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL	21
2.3. COVID Y SU INFLUENCIA EN LA ELECCIÓN DE CARRERA UNIVERSITARIA (POST COVID).....	24
2.4. DESERCIÓN ESTUDIANTIL Y CAMBIOS DE CARRERA.....	27
CAPÍTULO 3: COMUNICACIÓN Y PSICOLOGÍA	29
3.1. ¿POR QUÉ LA COMUNICACIÓN Y LA PSICOLOGÍA SON INTERDEPENDIENTES ENTRE SÍ?	29
3.2. ELEMENTOS Y PROCESOS PSICOLÓGICOS EN LA COMUNICACIÓN.....	30
3.3. EDUCOMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN DE CAMBIO	31
3.3. COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN PADRES DE FAMILIA.....	32
3.4. COMUNICACIÓN, GESTIÓN DEL CAMBIO, COLEGIOS FISCALES.	34
CAPÍTULO 4: CAMPAÑA DE EDUCOMUNICACIÓN “YOUR WAY”	36
4.1. NACE YOUR WAY, TU CAMINO A TU MANERA.....	36
4.2 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA CON EXPERTOS INVOLUCRADOS EN EDUCACIÓN	38
4.3. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA.....	43
CONCLUSIONES	62
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66

INTRODUCCIÓN

El culminar una gran etapa de vida como es el fin del bachillerato, debería significar para muchos, un momento esperanzador lleno de alegría. Sin embargo, como sociedad, nos hemos enfocado tanto en el progreso académico y profesional que se ha dejado de lado la presión que puede significar para muchos jóvenes el culminar esta etapa de su vida y los efectos en la salud mental que puede llegar a ocasionar.

Desde el punto de vista de la psicología, a los 17 años, el córtex prefrontal que es la estructura cerebral que se encarga de la toma clara de decisiones, no se encuentra completamente desarrollado. (Mas, 2016). Por lo que es muy complicado poder tomar una decisión tan determinante a dicha edad. Tal es la confusión que los estudiantes llegan a tener sensaciones de estrés, presión social y ansiedad para cumplir con ciertas normas sociales. Por ejemplo, en Corea del Sur, que a pesar de que es un país conocido mundialmente por su desarrollo tecnológico y educativo, es el país con mayor índice de suicidios en los estudiantes, realizarse profesional y académicamente se convierte en una obligación tan fuerte que ocasiona que sea el país desarrollado con más muertes por suicidio, como lo indica (Chul, 2015), ex rector de la Universidad de Hankuk en Corea del Sur. Es decir, los jóvenes alcanzan a experimentar sensaciones de presión tan alta que llegan a considerar terminar con su vida. (Tinajero, 2011, p.63)

La presión y la ansiedad como efecto de esta decisión, se ha normalizado de manera que se considera una fase pasajera. Encontramos a la carrera universitaria como el fin hacia el estilo de vida que ambicionamos, mas no como un camino para el desarrollo profesional. Desde esta perspectiva, esta investigación pretende estudiar los efectos en la salud mental que ocasiona este proceso de vida para muchos estudiantes, un estudio que se considera de gran

relevancia ya que puede llegar a ocasionar problemas a largo plazo si no es guiada correctamente, tanto mental, emocional como profesionalmente.

El mal acompañamiento durante este proceso ha llegado a ocasionar frustración e incluso provocar una sensación de sentirse perdido. Según el Portal de las Universidades Ecuatorianas y Latinoamericanas (Universia, 2017), en Ecuador más del 50% de una muestra de casi 1000 estudiantes de la capital, recién graduados, del bachillerato, no sabe qué carrera elegir para sus estudios universitarios.

Es por eso que el impacto que se aspira lograr con esta investigación es multidireccional, desde lo social es alcanzar el bienestar social con campañas de prevención de ansiedad y estrés ocasionados por la sensación de sentirse perdido en esta etapa, así como proponer soluciones sostenibles en el tiempo. Así mismo desde el punto de vista comunicacional, establecer canales estratégicos de comunicación entre estudiantes, educadores, padres de familia, también dar a conocer las oportunidades que ya existen actualmente como son los centros de guía profesional para los estudiantes, como los Departamentos de Consejería Estudiantil (DECE) del Ministerio de Educación, que no son conocidos o direccionados por los mismos centros educativos o padres de familia.

Por el lado profesional, el propósito es generar un impacto en las instituciones educativas y sus modelos de orientación vocacional, para abrir paso a estudios que busquen el desarrollo de las destrezas humanas más que vender ofertas académicas universitarias. Así mismo, y de gran importancia, en el ámbito educativo, brindar información, herramientas y guías tanto a padres de familia como a estudiantes para entender la dificultad de este proceso y a su vez, entender cómo manejarlo de mejor manera. Tras todo esto, la presente investigación se alinea con dos de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS), que son salud y bienestar y educación de calidad.

El tema presentado es novedoso ya que, revisando los antecedentes de la presente investigación, si bien es cierto, se encuentran publicaciones sobre los determinantes que influyen en la deserción estudiantil universitaria (Camacho et al, 2022), de cómo ésta ha afectado a las instituciones educativas, al desarrollo profesional y económico del país (Venegas et al, 2017). También, se han investigado barreras personales que dificultan los procesos de aprendizaje (Sevilla Santo et al., 2020). Entre muchas más que son de relevancia y útiles para conocer la base del problema. No obstante, no se ha tratado sobre el conflicto psicológico que se genera antes de elegir dichos estudios. Y es este punto al que se direccionará esta investigación.

Dicho esto, el aporte profesional que se ambiciona alcanzar es que, por medio de acciones estratégicas de comunicación, se dé a conocer nuevos puntos de vista a todos los actores que tienen responsabilidad en la educación de las nuevas generaciones por medio de la guía, pedagogía y acompañamiento para los mismos. Así mismo, se aspira que la investigación llegue a compartir información que ya ha sido indagada y que por varias razones no ha sido distribuida eficazmente en nuestra sociedad. A pesar de que el problema a estudiar es muy común, no se ha tomado ha llegado a ser un tema de conversación de importancia para las instituciones educativas, así como defiende (Espinoza et al., 2020), se minimiza la depresión y estrés, porque los jóvenes están más interesados en la superación personal académica, más que en las patologías que podrían desarrollar. O en cierto modo, las universidades se han enfocado en desarrollarse más comercialmente, que tener en cuenta la responsabilidad e influencia que tienen en los jóvenes preuniversitarios.

La afectación en la salud mental de quien podría parecer un solo individuo puede alterar el rendimiento normal del núcleo social, que es la familia. Aun así, el estrés estudiantil que se genera tras culminar los estudios secundarios no solo afecta a un individuo, sino a una gran población.

Por lo tanto, me inspira realizar esta investigación porque sostengo que la comunicación es una herramienta poderosa y fundamental para lograr cambios importantes actuales y a largo plazo en nuestra sociedad. Como resultado de la investigación, se detalla en el cuarto capítulo la creación de una campaña de comunicación que eduque no únicamente a los estudiantes sobre cómo es el proceso que viven durante esta etapa, sino también a padres de familia para que formen un factor de apoyo y guía para los adolescentes, mas no un factor adicional que fomenta la presión en el entorno del estudiante. Asimismo, la campaña hace un llamado de atención a las instituciones educativas ecuatorianas, para que cumplan lo que demanda la Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI) con respecto a garantizar una educación de calidad y una atención integral hacia los estudiantes a nivel psicoeducativo, emocional y social.

La campaña tuvo una duración de 10 semanas, tomando en cuenta que se realizó una investigación cualitativa previa, la cual tuvo una duración de 4 semanas, en donde se entrevistó a varios expertos involucrados en la educación nacional así como en procesos de orientación vocacional. La campaña logró un alcance exitoso con jóvenes preuniversitarios, padres de familia y docentes interesados en el tema, por medio de estrategias de redes sociales, creación de contenido entretenido y educativo para el público, captando la atención de medios digitales con la invitación de influencers o actores que ofrecen testimonios de su camino vocacional y profesional, como referentes para los adolescentes. También por medio de estrategias de medios tradicionales de comunicación, dando a conocer los datos alarmantes proporcionados por el Ministerio de Educación del Ecuador.

La campaña contó con herramientas de educomunicación como impartir talleres con profesionales que brinden recursos e información para una guía adecuada hacia el proceso de elección de carrera universitaria, un acompañamiento que procure el cuidado de la salud mental durante el proceso.

CAPÍTULO 1: SALUD EMOCIONAL EN JÓVENES

1.1. Antecedentes – separatividad en la adolescencia

Una de las primeras crisis existenciales más populares que atraviesa el ser humano es conocida como la *crisis del cuarto de edad*. Esta, se manifiesta en la vida de una persona a partir de los 16 años. (Bataloso, 2017) Y se define como la idea de sentirse apartado de su círculo social en diferentes aspectos, de los cuales, en esta edad, generalmente predomina el académico. Este tipo de crisis tienen una explicación psicológicamente natural, la cual es conocida como *separatividad*, término propuesto por Erich Fromm y que se trata de un estado de angustia y frustración que experimenta el ser humano en la búsqueda de su propia identidad, y en el que el individuo entra en conciencia de su individualización. Es una búsqueda de validación de la sociedad, sensación de responsabilidad y culpa o vergüenza por no sentirse parte del grupo al que pertenece. (Fromm, 2022)

Douglas Couplan, en su libro *Generación X*, habla de esta crisis como un “periodo de inhabilidad de funcionar fuera de la universidad y otros ambientes estructurados” es decir, se traduce a la noción de no tener certeza frente a un ambiente en el que se debe decidir por sí mismo, el miedo a equivocarse de dirección o de por sí, tomar malas decisiones. (García, 2020)

Esta crisis representa la transición de una etapa a otra en la que el ser humano es consciente del cambio. A nivel general, las transiciones son complicadas de manejar porque la persona se expone a un ambiente desconocido, nuevo, incómodo y lleno de incertidumbre. Las transiciones significan nuevos hábitos, modificación de la rutina diaria, estructuración de prioridades y en este caso, establecimiento de metas a futuro. (Falcón, 2020)

La elección de la carrera universitaria es considerada como la propia elección del futuro. Hasta aquel punto, las actividades que un individuo ha realizado o los ambientes en

los que se ha desenvuelto han sido impuestos por la sociedad y por el orden de la vida, como las materias que estudia, la ciudad en la que vive, etc. Sin embargo, como lo indica la psicóloga Dani Blum, en el artículo de The New York Times “separarte de tus padres o cuidadores y forjar una idea del propio yo es una batalla”. (Times, 2022)

Según Héctor G. Barnés, existe un proceso vital natural antes de llegar a los 20, Barnés comenta que el joven atraviesa cuatro etapas en su crisis veinteañera y la primera se basa en el estado del “atrapado” que empieza en la postadolescencia, es decir cuando la persona empieza a tomar responsabilidad de sus propias decisiones y con la frustración de que si al tomar una decisión equivocada, los daños sean irreversibles. (Barnés, 2016)

Y es precisamente en esta etapa en donde la educación tiene mucho peso, ya que los jóvenes tienden a guiarse para la toma de sus decisiones en referentes que están más experimentados, sean sus padres o sus docentes, quienes enseñan a la adaptación de los nuevos entornos, así como lo indica (Crone, 2019) en sus estudios sobre el cerebro del adolescente y la toma de decisiones. Es entonces cuando los jóvenes empiezan a experimentar episodios de ansiedad por la relación entre sus estudios y la elección de su futuro que, al no tener guías, desencadena en inseguridades en la personalidad del individuo y, por ende, en sus decisiones. (Crone, 2019)

1.2. ¿Por qué empieza la comparación?

Dentro de esta etapa de incertidumbre, es natural del ser humano compararse con sus semejantes y es que, el joven preuniversitario empieza a buscar respuestas y guías para lograr encontrar sus propias conclusiones y en este caso, dirige su mirada hacia sus compañeros de colegio o personas de edades contemporáneas. Es importante entender que a esta edad el individuo busca respuestas más hacia afuera y aquí se observa cómo su ambiente tanto académico como familiar pueden influir en sus decisiones. Es entonces en donde la

comunicación encuentra los canales y caminos adecuados entre los diferentes miembros sociales para ayudar al desarrollo del sujeto en cuestión.

Durante los primeros años de crecimiento de una persona, ésta entra en consciencia de que es un ser con limitaciones y que necesita el cuidado de personas más capacitadas y con mayor conocimiento. (Del Río, 2018) Es por eso que deposita su confianza y aprendizaje en sus padres. Al empezar los primeros años de escuela el niño empieza a compararse con sus compañeros, entiende que existen realidades y grupos sociales diferentes. (Giménez, 2010) en sus estudios sobre cultura e individualización, defiende que es en la adolescencia cuando la comparación llega a tener un peso importante, ya que la personalidad se está forjando a partir de las experiencias propias. Y empieza a ver hacia los demás, hacia el exterior de su propia personalidad para construirse a través de eso. Por ende, entendemos la importancia que tiene la relación entre el individuo y el ambiente en el que se involucra, en este sentido, con los actores sociales, dentro de su educación, familia y demás grupos sociales. (Van Dijk et al., 2014)

El adolescente empieza a entender que es un individuo que forma parte de un grupo colectivo, sin embargo, busca entender qué es lo que le distingue de este grupo. Haciendo conciencia de dónde se encuentra, y el reconocimiento de los sujetos que lo acompañan. (Giménez, 2010)

Ahora bien, hablando de identidad, es importante entender también las fuentes de comparación de los jóvenes y adolescentes de la sociedad actual. Como lo indican (Morán-Pallero & Felipe-Castaño, 2021, p.612), es fundamental recordar que los “procesos de construcción de la identidad y establecimiento de relaciones sociales y afectivas ocurren en un sistema social y relacional que, en la actualidad, no podemos comprender sin tener en cuenta internet y las redes sociales.” El sentido de comparación no se basa únicamente con sus padres y su círculo cercano. Sino también, en lo que consume en base a las redes sociales,

lo que tiene un gran peso en la construcción de identidad. El mundo digital es la expresión de una realidad alterna, hoy en día existen nuevas y diferentes formas de crear la identidad tanto colectiva, como personal. (Morán-Pallero & Felipe-Castaño, 2021)

La red que nos une va más allá del espacio físico que tenemos en un mundo *offline*. “Los sistemas de comunicación de masas, de desarrollo dinámico, que envuelven y unen a las sociedades y pueblos más diversos” (Berman, 2008, p.3). Nuestros espacios para compartir y compararnos con otras personas van más allá de espacios físicos. Ribeiro defiende que los seres humanos "somos capaces de crear realidades a partir de estructuras que son puras abstracciones antes de tornarse hechos empíricos.” (Ribeiro, p.3) Para Ribeiro hay tres conceptos importantes a considerar los nuevos espacios públicos virtuales, la realidad, lo imaginario y lo real.

Pero para el adolescente la capacidad de distinción de estos tres conceptos durante su proceso de consolidación de identidad llega a ser muy complicada. Los medios de comunicación tienen un impacto relevante en la toma de decisiones, no únicamente por la información que llega de manera inmediata y en mayor facilidad para los internautas, sino también por el estilo de vida que se puede compartir a través de las redes sociales.

1.3. Covid y sus efectos en la salud mental de jóvenes preuniversitarios

La presión estudiantil y los efectos que tiene la elección de la carrera universitaria para los jóvenes preuniversitarios es un conflicto que se ha presentado para muchas personas desde hace varios años. (Falcón, 2020) No obstante, es necesario considerar la nueva realidad en la que los futuros estudiantes ya se están enfrentando. Las problemáticas sociales no solo cambian con las generaciones, sino que dependen, además, de la temporalidad en la que se desenvuelven.

El coronavirus llegó y transformó por completo las formas de interacción social, los espacios compartidos se volvieron limitados y dependientes del internet. Los accesos de conocimiento para las diferentes carreras y profesiones se vieron modificados por crear espacios para exponer la adaptación a las nuevas realidades. En Andalucía, España, se realizó un estudio de cómo la pandemia llegó a afectar a los estudiantes preuniversitarios de 16 a 17 años de edad, tomando en cuenta un antes y un después, logrando desajustes y conflictos emocionales que, a largo plazo, habrían ocasionado desequilibrios en la forma de interactuar, ansiedad y la obtención de una “vida académica insatisfactoria” (Ávila, 2022, p.29)

(Ávila, 2022) determinó la reacción primaria de los estudiantes y la asociación entre términos que surgían en su mente al mencionar diferentes conceptos a estudiar, como *pandemia, futuro, ocio, sociedad*, etc. Distinguiéndolos en diferentes categorías. Uno de los resultados fue que, en la categoría de *futuro*, “universidad” y “crisis” fueron las primeras palabras con las que asociaron a la palabra de dicha categoría. (Ávila, 2022).

(Ávila, 2022) realizó otra investigación en estudiantes de 18 a 32 años, con el fin de contrastar la percepción de los términos estudiados. Es importante recalcar que los datos de esta investigación fueron recogidos en marzo-junio del 2020, es decir, a inicios de la pandemia. En los resultados de cada categoría se encontró que, en “Futuro”, hay dos palabras que no cambian en ninguno de los dos grupos estudiados en las diferentes temporalidades y son “paro” y “crisis”, es decir, ambos grupos asocian al futuro con la sensación que producen estos dos últimos términos. No obstante, el grupo de preuniversitarios asocia “universidad” y “fiesta”, a lo que se le atribuye como un deseo entusiasta de regresar a los espacios compartidos.

Con dicho estudio, se llega a inferir que se desarrollaron otros tipos de motivación para los preuniversitarios en su concepción frente al futuro. No es nada más la idea de la carrera que se va a elegir lo que les incentiva a entrar a la universidad, sino también, lo que se

puede explorar de manera presencial en ella, con una “sensación de esperanza” para regresar a la universidad como lo determina (Ávila Muñoz, 2022).

1.4. Factores del entorno académico que influyen en la autestima del joven y adolescente

Una vez identificada la relación entre el joven preuniversitario y sus referentes. Es necesario analizar el ambiente del mismo para su toma de decisiones, lo que consume, los instrumentos que utiliza para conseguir información, su contexto, entre otros; así como comprender la teoría a nivel psicológico individual y cómo todo esto afecta la personalidad del individuo como tal y en su salud mental. Sin embargo, existen varios factores externos a uno, que determinan nuestras respuestas frente a ciertas crisis. (García, 2020) citando a Gerardo Castillo, que es profesor de la facultad de Educación y Psicología de la Universidad de Navarra, determina que esta etapa de cambio es una afrontación de la madurez, en la que el joven termina angustiándose y hundiéndose”.

Cómo se maneja la persona frente a esta crisis depende mucho de su contexto, donde nació, sus creencias familiares, ideología, religión, carácter social, etc. Muchas jóvenes no alcanzan el carácter económico para poder realizar lo que se proponen. La ansiedad colectiva aumenta de acuerdo al declive económico del país, el aumento de la tasa de desempleo, que dificulta la independencia del círculo social primario que es la familia y por ende, alcanzar el tipo de vida deseado, se vuelve más complicado de llevar a cabo. (Abad, 2022)

El desarrollo del entorno influye, sociopolíticamente de acuerdo a cómo se encuentre el estado del país, el individuo tiende a sentirse más emocionado con lo que se le avecina o, todo lo contrario. Hoy en día la realidad del mundo laboral, “es decepcionante” (García,2020) lo que ocasiona desilusión frente al futuro. (Balaguer, 2016) realizó una investigación en España sobre la personalidad de los adolescentes con relación a variables sociodemográficas

y rendimiento académico, misma en la que defiende que la conducta del joven tiende a depender de la satisfacción de recursos que tenga a su disposición. En este sentido, la investigación de (Balaguer, 2016) determinó que el adolescente con mejores competencias en su personalidad es aquel que tiene la posibilidad de oportunidades de elección y satisfacción de recursos facilita la capacidad de adaptación del mismo, ya que enfrenta las crisis de una manera más fluida en base a las experiencias y en la aplicación de las destrezas que ha desarrollado gracias a los recursos que ha tenido a la mano.

El individuo es el núcleo e inicio del funcionamiento como tal, en especial a esta edad el adolescente busca las mejores maneras para construir su futuro y proyectar los deseos de crecer profesionalmente y aportar a la sociedad. Sin embargo, no encuentra la manera correcta de cómo llegar a profesionales que sirvan de una guía adecuada o contenido que tenga consciencia sobre la mentalidad y vocación. Aquí la comunicación tiene el poder de dirigir estratégicamente toda la información hacia los jóvenes y sus familiares, de manera que se puedan establecer vínculos de apoyo y conocimiento durante esta etapa que atraviesan muchos de los recién graduados.

CAPÍTULO 2: ORIENTACIÓN VOCACIONAL

Ken Robinson un gran educador y escritor inglés sostiene que todos tenemos una gran variedad de habilidades en diferentes campos. Y por muchas razones cognoscitivas, genéticas, ambientales o de crianza, dichas habilidades se convierten en fortalezas para diferentes personas. Lo importante no es la adquisición de estas habilidades, sino identificarlas y “cultivar las destrezas necesarias para ponerlas en práctica” (Robinson, 2018). Y es que todo está determinado a las actividades en las que se exponga al ser humano para darse cuenta en aquello en lo que es más competente y lo que en muchas ocasiones lo motiva desde su autoeficacia en determinado campo.

Es por este motivo, que el proceso psicopedagógico de la orientación vocacional es esencial para el proceso de presión y estrés que sufren muchos de los estudiantes a esta edad. Porque no solo se trata de una evaluación que te mencione “para qué eres bueno” sino el entender el interés que se encuentra detrás de la personalidad de cada individuo, para que de esa manera sea sostenible y procure autonomía en el estudiante.

2.1. Técnicas que dificultan la buena orientación vocacional en los estudiantes

En este sentido, el aprendizaje, la educación y en general, la etapa de adquisición de conocimientos es muy importante también para los adolescentes y la búsqueda de su camino a su futuro. Durante esta etapa el estudiante descubre que es dueño de diferentes capacidades tanto cognoscitivas como conductuales y esto lo motiva a profundizar en aquellos campos de su interés. En las teorías del aprendizaje con perspectiva en la educación de (Schunk, 2019), se postula que para que exista como tal un aprendizaje que permanezca en la mente del individuo, son necesarios 3 componentes que son la persona como tal, la autoeficacia que ella tenga en el campo de interés, la conducta que se desea aprender y, por último, el ambiente. El desempeño se trata de la acción consecuente del aprendizaje, cuando el individuo como tal desea aplicar el conocimiento aprendido y reforzarlo en sus acciones. (Schunk, 2019)

En el presente capítulo, el enfoque estará dirigido hacia este tercer y último punto del aprendizaje humano, que es el ambiente en el desempeño y cómo este influye en la motivación de los estudiantes y la toma de decisiones frente a la carrera profesional.

El término de “ambiente” se refiere a todo factor externo que intervenga en el aprendizaje de un individuo y cómo éste puede reforzar o detener la motivación de la persona a realizar una acción concreta. En este caso, cómo existen diferentes factores externos en el contexto del estudiante para poner en práctica los conocimientos aprendidos tanto en la educación primaria como secundaria. Es muy común hoy en día escuchar que los sistemas de educación aplicados hace 50 años no son ni serán igual de efectivos para las generaciones actuales.

Ahora bien, la cuestión es entender cómo los modelos educativos aplicados, facilitan al estudiante una guía y motivación para determinar sus estudios a futuro. Paul Pintrich fue un psicólogo educativo que defendió un modelo motivacional para estudiantes. Él decía que “la motivación es un constructo psicológico utilizado para explicar el comportamiento voluntario” (Durán & Huertas, 2019) Pintrich defendía que la orientación educativa tiene un gran peso en la decisión del estudiante hacia la meta que desea llegar. Sin embargo, existe un grupo de personas que su motivación es desinteresada o casi nula, lo que puede ocurrir debido a la desinformación vocacional sobre la carrera escogida o problemas anímicos (Omrod, 2019)

Así mismo, es preciso entender cómo se maneja la motivación del estudiante para llegar a sus metas y cómo han sido orientados para desempeñar sus propósitos académicos. Lenny Matos y Willy Lens realizaron un estudio a alumnos de secundaria focalizado en la dirección a la meta de los estudiantes, misma que fue categorizada en tres enfoques. Dirección a la meta por aprendizaje, rendimiento académico o evitación al mismo. Cuando el alumno se enfoca en conseguir una meta por fomentar el rendimiento académico, “la

preocupación se concentra en aparecer como capaces y demostrar habilidad, obteniendo buenos juicios acerca de su competencia” (Matos Lens, 2006) también, tratando de evitar juicios negativos sea de sus padres o docentes y cuando se trata de sí mismo, mostrarse que se es competente en ciertas áreas de estudio.

Cuando los estudiantes persiguen este interés de conseguir buenas calificaciones sea para la demostración a los demás o a sí mismos, se suelen emplear métodos de estudio superficiales que no llevan al estudiante a un aprendizaje real y mucho menos a cultivar habilidades o intereses que sean desarrollados a largo plazo. En este punto, la acción de los docentes juega un papel crucial en la toma de decisiones, porque, así como lo indica el (Manual de Orientación Vocacional y Profesional (OVP), 2021, p.64), son los responsables de detectar las habilidades internas, capacidades, intereses, pasiones, fortalezas tanto como entender el contexto en el que el estudiante se desenvuelve.

Una buena educación académica es aquella que te acerca más hacia el autoconocimiento de tus habilidades y cómo ponerlas en práctica para poder desarrollar un crecimiento tanto individual como colectivo. No obstante, es el deber de cada educador poder entender las necesidades de los estudiantes y entender que “sus percepciones no siempre coinciden con las de sus alumnos, razón por la cual deberían tratar de conocer cómo perciben sus alumnos.” (López, 2016) Dado a ese motivo es que se persigue el ideal de educación cada vez más personalizada.

2.2. Acciones de instituciones educativas en Ecuador frente a la orientación vocacional

Con un enfoque general sobre la orientación vocacional y cómo los modelos de educación, así como la participación docente influyen sobre la capacidad de decisión del estudiante preuniversitario, es importante entender qué está sucediendo a nivel de Ecuador.

Actualmente la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencias y Tecnología (Senescyt) tiene a su disposición el Manual de Orientación Vocacional y Profesional (OVP). Mismo que ha sido estructurado y analizado a nivel psicopedagógico. Pero la cuestión es si aquel manual es realmente aplicado en la sociedad educativa de nuestro país. Según el (Manual de Orientación Vocacional y Profesional (OVP), 2021) se indica que las fases de los procesos establecidos para la orientación vocacional sean practicadas de manera óptima, tomando en cuenta los intereses de los niños y niñas.

Aquí entra el punto de discusión, el manual propone que está en las manos de los docentes gestionar y aplicar los mejores métodos dictados en el manual para el acompañamiento vocacional de los estudiantes. Sin embargo, si no existe una acción que evalúe el proceso de dicho docente en esta área o un método de regulación de la orientación vocacional, el proceso nunca se concluirá y mucho menos llegaría a una respuesta favorable para el alumno. Es por eso, que el (Manual de Orientación Vocacional y Profesional (OVP), 2021, p.66) propone que, a nivel nacional, cada institución educativa construya su propio “Plan Educativo Institucional” y no únicamente enfocándose en los últimos años de bachillerato, sino que la OVP tiene que impartirse desde las etapas tempranas de desarrollo estudiantil. Es más, el manual cuenta con la sugerencia del número de actividades propuestas a realizar por quimestre y por nivel educativo. El fin de este manual es desarrollar la autonomía de los estudiantes desde temprana edad para que al llegar a bachillerato el propósito pueda ser focalizado al área de interés de estudio.

La educación personalizada o al menos la guía adecuada que responda y acompañe a cada estudiante es fundamental para cumplir un modelo óptimo de orientación vocacional. Si bien es cierto, mediante un diagnóstico frente a las instituciones educativas que priorizan este modelo en su pedagogía, se pueden encontrar escuelas y colegios privados ya que la educación personalizada como tal responde a la selección de pequeños grupos de estudiantes.

En la última encuesta de estratificación del nivel socioeconómico realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el 2021 se evidenció que tan solo el 1,9% de la población se encuentra en estrato socioeconómico A, y el 11,2% de la población en estrato B. Es decir, menos de la mitad de la cuarta parte de la población podría tener acceso al beneficio de estudiar en colegios que ofrezcan educación personalizada. En este sentido, predominan los estratos C+ y C- quienes corresponden a clases sociales económicas media – baja a baja. Es decir, gran parte de la población recibe o está inscrita en instituciones públicas en donde se prioriza a la cantidad que a la calidad.

Por lo visto, no solo depende de la clase socioeconómica en la que habita el estudiante sino también, de la calidad docente y la motivación que se construye de manera individual tanto como guiada. La familia es un eje fundamental para el desarrollo vocacional del estudiante, ya que influye “de manera práctica, ideológica, emocional y hasta económica en las elecciones que toman sus hijos e hijas relacionadas con el mundo laboral y profesional.” (Manual de Orientación Vocacional y Profesional (OVP), 2021, p.71) Los padres de familia son fuertes referentes y el acompañamiento en el proceso adecuado preverá a la familia muchos gastos futuros, como indica el manual, “Si se toma la decisión adecuada no se tendrán índices de deserción, abandono total o repetición de años en la misma o diferentes carreras.” (2021, p.72)

Por lo tanto, entender el contexto socioeconómico de los estudiantes preuniversitarios es vital para determinar la calidad de guía en la orientación vocacional que están recibiendo.

2.3. COVID y su influencia en la elección de carrera universitaria (post covid)

La realidad mundial tomó un giro de 180 grados tras la pandemia del COVID – 2019. Una transformación que dejó cambios que procuraron a la evolución de la humanidad en varios sentidos, en especial, el tecnológico y el uso de herramientas digitales. Sin embargo, también actuó y se pronunció la brecha económica a nivel interno del país. En una época de crisis se reflejó la idea darwinista de supervivencia del más fuerte, y hoy en día la posesión de recursos económicos es el equivalente a dicha idea. Si bien el ambiente socioeconómico en el que se encuentra el estudiante es un factor de importancia para obtener una buena orientación vocacional. Es vital analizar como dicho factor se ha transformado después del coronavirus. Según (Ortiz, 2021) “por primera vez desde la década de los 90 la clase media a nivel mundial retrocedió debido a la pandemia.” la clase media ha disminuido en aproximadamente 7 puntos lo que representa la pérdida de ingresos de muchas familias. En otras palabras, el índice de pobreza ha incrementado. La cuestión es que, si antes de la pandemia existían deficiencias en la educación que perjudicaban a la guía vocacional adecuada de los adolescentes, ¿cómo cambiaría hoy en día, luego de que, al existir un mayor índice de pobreza, hay menos recursos, entre ellos la posibilidad de obtener educación continua sin un equipo tecnológico?

Por dicho motivo, el (Ministerio de Educación, 2021) desarrolló planes institucionales de continuidad educativa (PICE), en el que se dio un enfoque importante al “Plan Educativo COVID-19”. El objetivo se orientó en dar prioridad a proyectos interdisciplinarios que fortalezcan un “aprendizaje para la comprensión” (Ministerio de Educación, 2021, p.8) enfocado en las competencias digitales. Para esto, se realizó una revisión del currículo en conjunto con la Organización de Estados Americanos (OEA) en el que se identifiquen las

destrezas con criterios de desempeño (DCD) para motivar y trabajar en el desarrollo del “pensamiento computacional” (Ministerio de Educación, 2021, p.9) en toda asignatura.

Por otro lado, los planes también se enfocaron en la contención emocional de los estudiantes, pero con un punto de vista más direccionado hacia los valores de respeto, solidaridad, justicia entre compañeros, no necesariamente en técnicas de autorregulación para enfrentar el fuerte cambio hacia lo digital. Se buscó impulsar “las competencias de las y los profesionales de los Departamentos de Consejería Estudiantil quienes dentro de su accionar frente al acompañamiento psicosocial a la comunidad educativa” (Ministerio de Educación, 2021, p.12). Es complicado poder mantener una relación bidireccional privada entre docente y estudiante por la dificultad de la virtualidad y la cantidad de estudiantes, en este sentido, se ve reflejada otra de las complicaciones que surgen por la falta de educación más personalizada en el sector público.

Es decir, el objetivo fue mantener la cordialidad y las normas sociales adecuadas, pero se llegó a descuidar el enfoque hacia afianzar vínculos emocionales de confianza entre docente y estudiante. Sin embargo, en la elaboración del plan sí dieron importancia al ambiente familiar del estudiante y se decidió ejecutar un programa de trabajo directo entre el docente y las familias en donde se desarrolla el módulo de Contención Emocional para las Familias en Situación de Crisis, en el cual no solo se da guías a las cabezas de familia sino a cuidadoras y/o acompañantes de los estudiantes para construir espacios amigables para los jóvenes. (Ministerio de Educación, 2021, p.12)

Todo esto es el plan en documento que ha planteado el Ministerio, no obstante, es necesario entender si todo el plan ha realizado algún cambio en las instituciones a nivel nacional. (Cortéz & López, 2021) realizaron una investigación sobre la orientación vocacional en estudiantes de tercero de bachillerato en un colegio de Guayaquil durante la pandemia del COVID – 19. En dicha investigación se logró detectar que los procesos de

orientación implementados por el ministerio y la institución educativa como tal tenían falencias como por ejemplo una ejecución incompleta del proceso, falta de laboral y profesionales que no solo acompañen y realicen los programas, sino también falta de supervisión de los mismos, apatía y desinterés estudiantil frente a las propuestas. De lo cual, por último, se concluyó que en las zonas rurales de la ciudad se resta mucha importancia al proceso de Orientación Vocacional y Profesional (OVP). (Cortéz & López, 2021).

Además, se resaltó el poder de la brecha digital en esta virtualidad. Si bien el internet y la tecnología son recursos fundamentales para continuar con la educación, se había reforzado la idea de desigualdad de derechos para aquellos que no cuentan con dichos privilegios. Según datos de la (UNESCO,2020) a partir de mayo del 2020 “más de 160 millones eran estudiantes de América Latina y el Caribe” se han visto obligados a detener sus estudios ya que no contaban con los recursos necesarios para los nuevos procedimientos de enseñanza. Sin estas herramientas, los estudiantes no tienen acceso a la educación y mucho menos a construir una idea profesional para su futuro.

Este conflicto a nivel ambiente del estudiante representa el gran impacto para la población de jóvenes que consideraban su carrera universitaria. Dado que al considerar no solo los espacios donde reciben su educación si no también la adquisición de los recursos necesarios, los intereses cambian de forma obligatoria. Ya que, en muchas familias, ya no solo existen necesidades individuales sino también, de cómo mantener a una familia en conjunto, lo que por ende significa no pensar en estudiar una carrera o elegir un camino profesional acorde a mis gustos, habilidades, ni mucho menos pasiones Sino más bien, a responder a mis necesidades.

2.4. Deserción estudiantil y cambios de carrera

Tras entender la importancia de la orientación vocacional como un proceso necesario para la motivación de aprendizaje del estudiante y su desempeño profesional. Es vital también, conocer qué sucede cuando dicho proceso es aplicado de manera deficiente, incompleta o incluso, no haberlo aplicado por completo durante los últimos años de bachillerato.

Como hemos visto anteriormente, hay varias causas además de la falta de vocación por las cuales un estudiante puede tomar la decisión de abandonar sus estudios, en muchas ocasiones se ha debido por analizar qué vía proveerá mejor vida a la familia. Dentro de los últimos años alrededor del 70% de las postulaciones universitarias no tienen nada que ver con la vocación. (El telégrafo, 2017) Luego de haber analizado este porcentaje, las autoridades encargadas de los planes educativos se percataron que la mayor falencia existe en la orientación vocacional de los estudiantes de secundaria. Y ese no fue el único problema que encontraron, sino que, además solo son escogidas las carreras típicas como medicina, derecho, arquitectura, etc.

En conclusión, el sistema educativo y el rol de los docentes es supremamente importante en el proceso no solo de elección de carrera universitaria, sino también en el entendimiento y autoconocimiento que está atravesando el adolescente. Ken Robinson, educador y escritor estadounidense mencionó en una de las conferencias del Banco de España, que “la gente tiene muchas más habilidades y posibilidades de las que la educación ordinaria les permite descubrir” (Robinson, 2018). Porque no sólo se trata de un número o el índice de personas que han decidido salir de la universidad, sino de las razones, del acompañamiento, de la salud mental a esta edad, del desarrollo verdadero de la educación en la humanidad.

Todos tenemos habilidades increíbles de los que a lo mejor no hemos sido conscientes todavía y por ende, no las hemos desarrollado ni puesto en práctica en un sentido profesional. El proceso empieza desde adentro, descubriendo las habilidades cognitivas y conductuales, procurando la curiosidad y manejar nuestra salud emocional de manera que no sea influenciada fuertemente por estos factores externos. Es por esto, que existe un conflicto en el que podemos actuar, en el que la comunicación puede ofrecer un gran impacto y encontrar soluciones para la educación en Ecuador.

CAPÍTULO 3: COMUNICACIÓN Y PSICOLOGÍA

3.1. ¿Por qué la comunicación y la psicología son interdependientes entre sí?

Los niños aprenden a hablar durante sus primeros años de vida, y si se hace una breve revisión de esta conducta, nadie los instruye para hablar, solo lo hacen. ¿Cómo lo aprenden entonces? Si no pasan por este proceso de enseñanza por el que el ser humano pasa cuando está en la escuela. Así como postulaba Piaget, padre de la epistemología genética y autor importante del constructivismo, mismo que se basaba en el estudio del aprendizaje humano y su ambiente, las personas tienen diferentes etapas de desarrollo del conocimiento que adquieren y no todas pasan por estas etapas en la misma velocidad o en los mismos años de vida que otras, sino que es un proceso individual. ¿Cómo buscaríamos herramientas y estrategias para la sociedad, sin antes comprender el comportamiento del ser humano? Es por eso que la psicología tiene un gran aporte en el trabajo de la comunicación y en especial cuando se enfoca en el desarrollo de una comunidad como lo es en este caso, la educación de valor de los estudiantes preuniversitarios y el acompañamiento idóneo de parte de padres y docentes.

Así como lo defiende (Pinzón, 2014), la psicología se centra en el estudio del comportamiento humano, y la comunicación estudia la conducta comunicativa del ser humano.

La comunicación y la psicología son campos que a lo largo de la vida han llegado a complementado de una manera beneficiosa para la humanidad. Por ejemplo, al realizar una campaña de comunicación es fundamental entender a nuestro público objetivo y a esto nos referimos a conocer sus gustos, aquello que capta su atención, sus intereses, qué problemas podemos solucionar, etc. Sin embargo, somos seres humanos diversos, con capacidades

diferentes, experiencias distintas y nuestros objetivos por más parecidos que sean, responden a necesidades particulares de cada individuo. Otro ejemplo, es el marketing que está muy vinculado con la comunicación en la sociedad, para esto está entender cómo se despiertan los estímulos de consumo, qué herramientas utilizan las empresas para familiarizarse con el individuo, qué lenguaje es más acorde para dirigirse a diferentes generaciones, etc. Y desde el punto de vista de la psicología, el cómo permanecer en la memoria de las personas.

A propósito de hablar de la sociedad, tenemos a los estudios culturales en los que encontramos tanto a la comunicación como a la psicología social. Dichos estudios se enfocan en la relación del comportamiento humano con algo en específico. Por ejemplo, la economía estudia el comportamiento humano en relación con el dinero, la pedagogía con el aprendizaje, la antropología con la cultura, la historia con la evolución entre otros. Pero la psicología sostiene el estudio del comportamiento humano en relación con un problema en específico a ser tratado. (Pinzón, 2014)

Ahora bien, en este estudio se propone tener un punto de vista de la psicología para poder encontrar tácticas y estrategias oportunas para las soluciones en el acompañamiento y educación de los estudiantes preuniversitarios, (Callejo, 2001).

3.2. Elementos y procesos psicológicos en la comunicación

Pinzón sostiene que cada proceso psicológico es parte de cada proceso en la comunicación. Encontramos el mensaje que desea ser transmitido, el emisor, el receptor, los canales, etc. El Emisor “experimenta la necesidad de comunicarse” (Pinzón, 2014) y en comunicación se enfatiza la importancia de conocer el origen de aquella necesidad de comunicarse y enviar el mensaje. Así mismo, el receptor interpreta el mensaje, ¿cómo lo interpreta? De acuerdo a los factores ambientales, cognoscitivos y conductuales de la persona. Es decir, es vital tomar en cuenta la etapa de desarrollo de la persona que recibe

dicho mensaje, qué factores ambientales determinan el estado emocional del receptor, ya que esto contribuirá al entendimiento del emisor para alcanzar a su público. Y en el caso de la comunicación, se evalúa la recepción del mensaje y el alcance, por medio de la respuesta del receptor, además del impacto que ha generado.

De hecho, viéndolo desde la perspectiva organizacional, la fuente del mensaje es la empresa y lo que quiere dar a conocer, el emisor es la agencia de publicidad o relaciones públicas y uno de los puntos más importantes es el código, que es la forma de comunicarse y, como indicamos anteriormente, depende mucho del estudio que se tiene sobre el receptor.

3.3. Educomunicación como herramienta de gestión de cambio

La educomunicación, como bien dice su nombre es un ámbito de estudio que combina la educación y la comunicación como dos disciplinas que buscan un objetivo de aprendizaje y cambio en la sociedad. La primera se basa en la transmisión del conocimiento y la segunda en la difusión de información. (Begnini et al., 2022). Durante los últimos años el uso de herramientas digitales ha incrementado de manera drástica dentro de los métodos pedagógicos aplicados, lo que se debe en gran parte al proceso de la pandemia. Por otro lado, la aplicación de estos recursos tecnológicos de comunicación ha descubierto la eficacia de la educomunicación para facilitar aprendizajes colectivos, despertar una crítica social frente a diversas problemáticas actuales.

Por tal motivo, es que, acomodándose al propósito de esta investigación, la educomunicación se considera aplicable dentro de una campaña no solo comunicacional, sino que priorice la educación de docentes, padres de familia y estudiantes. (Begnini et al., 2022) Asimismo, con un enfoque que no se limite a orientarse en la pedagogía y difusión de información sino, además, de métodos psicológicos de autorregulación emocionales para los

episodios de estrés y ansiedad que pueden experimentar los estudiantes durante el periodo de elección de su profesión.

Del mismo modo (Narvaez-Montoya, 2019) proponen que no se trata únicamente de educar a la población, sino de estudiarla y entenderla para la aplicación de los métodos de estudio. Por ejemplo, en el capítulo I tratamos sobre las diversas formas de aprendizaje que puede tener un individuo de acuerdo a su vida individual, su madurez biológica, la familia, en fin, el contexto y los códigos lingüísticos a utilizar. Lo mismo sugieren (Narvaez-Montoya, 2019) frente a la educación de la sociedad como un personaje, de la misma manera se analiza como es el “sujeto” al que se desea instruir para crear estrategias sostenibles y de alto impacto.

Es de vital consideración, tomar en cuenta el uso de dispositivos comunicacionales dentro de la estructuración del plan de campaña comunicacional, tomando como prioridad las tecnologías de la información y cómo hoy en día son éstas las armas más poderosas que permitirán llegar al público deseado, llevando abierta la estrategia, innovación y creatividad.

A propósito de educación, (Robinson, 2018) educador y escritor inglés de renombre resalta la importancia del educador para cambiar a la sociedad, “la gente de todas las edades tiene muchas más habilidades y oportunidades de las que la educación ordinaria les permite descubrir”. (Ribó & Rabassa, 2020) hablan sobre la relación entre las formas comunicativas de un entrenador para el aumento de la confianza de los deportistas y la motivación y superación de ellos, lo que se puede comparar, en este caso, con la acción del docente sobre la motivación en su aprendizaje.

3.3. Comunicación para el desarrollo en padres de familia

Una de las herramientas principales para la aplicación de comunicación para el desarrollo, es el diálogo. Por el mismo motivo de encontrar el problema que está afectando a

la comunidad estudiada, en este caso sobrellevar la etapa de indecisión sobre encontrar el camino correcto hacia la vida profesional futura. Trayendo de vuelta el estudio de (Ribó & Rabassa, 2020) de la comunicación en el deporte, resaltan que los entrenadores direccionan su propósito en el fortalecimiento de factores psicológicos, la competencia, autonomía y relación, (Schunk, 2019b). Cabe recalcar que al término de competencia se refiere a las capacidades que tiene el individuo para desempeñar el objetivo deseado. Asimismo en la educación, los docentes tienen el deber de analizar las aptitudes que resaltan en el alumno y que tienden a tener facilidad para desarrollo. Tal como se mencionó en el capítulo I (Schunk, 2019b) en las teorías del aprendizaje define los 3 puntos necesarios para que el aprendizaje pase de ser conocimiento mental al desempeño, es decir, que el individuo aplique la teoría de manera práctica, para esto es fundamental la motivación, el ambiente y la autoeficacia. Este último punto hace referencia a las competencias que tiene la persona, pero que además es consciente de la calidad de las mismas. Es decir, no solo saber que tiene competencias buenas, sino cómo aplicar dichas competencias en el área de interés de estudio.

Ahora bien, utilizando como referencia la definición del (Centro Internacional de Estudios Interdisciplinarios (CIESI), 2022) el propósito principal de la Comunicación para el Desarrollo es “propiciar que los individuos y las comunidades produzcan y se apropien de los procesos de cambio social”, en este caso, el propósito de esta investigación es propiciar que los estudiantes pre universitarios consigan autonomía frente al proceso que atraviezan durante esta etapa y los puntos que intervienen a que este objetivo se consiga, principalmente los padres, ya que son los primeros educadores del niño. Sin embargo, en muchas ocasiones se aplican estrategias de comunicación que no son sostenibles en el tiempo y aquellos que las ejecutan no toman en cuenta los factores psicológicos que habrían prevenido las fallas más importantes en campañas comunicacionales y publicitarias (América Economía, 2016).

En la ejecución de una campaña de comunicación con padres de familia se busca dar valor a estos puntos que han sido ignorados, por medio del diálogo y el entendimiento de las ideologías que generan una gran distancia entre padres e hijos y que llega a incrementarse durante este periodo de estudio, además de no generar un aporte ni acompañamiento para el estudiante.

3.4. Comunicación, gestión del cambio, colegios fiscales.

Creiente de que el ser humano desarrolla sus habilidades y destrezas dependiendo las experiencias que ha tenido a lo largo de su vida. Es la parte práctica que permite que el individuo aprenda y optimice su aprendizaje (Schunk, 2019b). Es decir, un escritor nunca habría sabido su pasión por la escritura sin antes involucrarse en actividades de lingüística o estudios del lenguaje, un científico no habría encontrado su pasión por los números, la biología y los cálculos sin antes conocerlos, en palabras más simples, un chef no sabría su pasión por la cocina sin antes haber cocinado un poco. Algo que probablemente suene muy lógico, sin embargo, es muy poco aplicado en el proceso de elección de carrera en las universidades y colegios en los últimos años de bachillerato de los estudiantes.

Lev Vgotsky, el psicólogo más influyente de la psicopedagogía occidental proponía que el aprendizaje se determina por los factores externos del individuo. Es decir, primero existe pensamiento y luego lenguaje. Vygotsky defendía el discurso privado y el discurso social. En el primero, sostenía que las personas conversan consigo mismas para poder entender de mejor manera sus habilidades y lo que está ocurriendo hacia afuera. (Schunk, 2019b)

Es importante involucrarse en aquellas actividades que nos generan curiosidad y con la comunicación se propone generar esta discusión y espacios en los que el estudiante pueda verse a sí mismo en acción de aquello que puede llegar a despertar una profesión en sí. Más que obtener información teórica sobre las carreras o universidades, se trata realmente de conocerse a sí mismo dentro de sus ámbitos de interés.

CAPÍTULO 4: CAMPAÑA DE EDUCOMUNICACIÓN “YOUR WAY”

4.1. Nace Your Way, tu camino a tu manera.

Tras haber estudiado la situación tanto interna como externa que atraviezan los adolescentes preuniversitarios durante sus últimos años de bachillerato, se ha determinado que el proceso de orientación vocacional y el acompañamiento estudiantil a nivel educativo y psicológico debe ser tomado como una acción principal dentro de la sociedad ecuatoriana y que está siendo practicado a la ligera y sin ninguna regulación por parte de autoridades educativas y por padres de familia.

Si el estudiante no cuenta con una guía profesional adecuada durante este proceso, hemos analizado en capítulos anteriores que puede verse afectada su autoestima y autoimagen, lo que posteriormente podría direccionarlo a vivir sentimientos de frustración o decisiones que afecten su futuro académico como la deserción de su carrera universitaria. Es una problemática que está afectando a la salud mental y emocional de estudiantes de bachillerato sino también, a los profesionales de un país.

De esta manera, nace *Your Way*, “tu camino a tu manera”, una campaña educomunicacional que tiene como causa social promover un modelo educativo consciente de escucha y de atención sobre el ser humano. Además de resaltar la importancia de la guía y apoyo estudiantil durante el proceso de transición de colegio a la universidad de manera que se ajuste a los intereses y objetivos de cada estudiante.

Desde el ámbito comunicacional, *Your Way* busca llegar a impactar a estudiantes, padres e instituciones sobre un proceso de elección de carrera universitaria de manera consciente y que sea óptima para el autodesarrollo individual de cada individuo. A través de 5 temas principales de importancia. El primero, hacer conocer los antecedentes y por qué es

importante para el Estado hablar de educación preuniversitaria. Segundo, dar a conocer a la población sobre la existencia de los DECE (Departamentos de Consejería Estudiantil) y su responsabilidad en cada institución educativa. La responsabilidad que tienen los profesionales que conforman dichos departamentos, y que no se está trabajando como lo indica el Manual de OVP (Orientación Vocacional y Profesional). Lo ideal es acudir a estas instancias y que las familias trabajen en conjunto con los profesionales encargados. Sin embargo, de no ser así, nuestro cuarto propósito se enfoca en otorgar herramientas clave para los adolescentes y su descubrimiento vocacional, así como a sus padres.

Por tal motivo, la campaña funciona entorno al cuarto ODS (objetivo de desarrollo sostenible), que trata sobre una educación de calidad. Si hablamos de transformación y desarrollo educativo, es importante considerar la diversidad e inclusión, lo cual resaltamos en la campaña desde la idea de trabajar con los estudiantes de forma individual y profesional.

El público objetivo de la campaña se centra en estudiantes de últimos años de bachillerato y primeros semestres de universidad, es decir entre 16 a 20 años. No obstante, se ha entendido que el rol de los padres y docentes es fundamental durante el proceso de elección de carrera y es por eso que la campaña se enfoca también en proveer información a dichos actores.

Posterior a la campaña se desea un alcance académico en más estudios centrados en herramientas de comunicación adecuadas de padres a hijos. Así como la importancia de diagnóstico en salud mental y emocional, previo a aplicar asesorías vocacionales. Esto es, distinguir los procesos de orientación vocacional con personas que cuentan necesidades especiales. También se pretende que los estudios posteriores se enfoquen en cómo el contexto político, social y económico puede influir con su visión a futuro.

4.2 Investigación Cualitativa con expertos involucrados en educación

En una entrevista con Pamela Muñoz, asesora del Ministerio de Educación de Ecuador, se toparon puntos importantes sobre las alarmantes necesidades de los estudiantes tras la pandemia y los programas que se han implementado con el fin de mejorar la educación secundaria en Ecuador. “No todos tienen que ir por el mismo camino” señaló Pamela al referirse en cómo ha cambiado la educación y la idea de una carrera profesional.

La generación de nuestros padres todavía tiene la idea de que eliges lo que quieres estudiar para poder conseguir un puesto fijo de trabajo, en donde trabajas dentro de un cubículo, con uniforme, las 8 horas diarias, aportando al IESS hasta esperar a la jubilación. Sin embargo, hoy en día hemos encontrado que la profesión es dinámica y cambiante, tenemos otra perspectiva

Pamela hizo un énfasis en la ideología de los padres ya que nos estamos enfrentando con un público de *Baby Boomers*, a quienes tenemos la intención de hacerles entender que el sistema ya cambió, que la educación evolucionó y, por ende, el deseo profesional de cada uno de sus hijos.

Según la psicología social, el autoconcepto es vital para la formación de las decisiones de un ser humano debido a que nos basamos en la percepción e idea que tenemos de nosotros mismos para poder formar lo que queremos ser. La familia representa el primer núcleo social al que una persona está expuesta. Por ende, la relación del individuo con esta determina sus habilidades de comunicación, interacción y percepciones sobre la vida y sobre sí mismo. Es por eso que las ideas de los padres tienen un peso crucial en la valoración de la vida y de los estudios de un adolescente. (Clementin, 2022)

Después de tener la entrevista con Cristina Rivadeneira, directora nacional de Bachillerato, se ha recopilado que, actualmente el programa establecido para la educación

superior en Ecuador cuenta con más alternativas para satisfacer los deseos individuales, familiares como sociales de lo que pensamos para nuestro futuro. Desde el año 2016 se ha implementado la iniciativa que promueve una malla académica especializada para ser aplicada desde más temprana edad. De este modo, los estudiantes que están seguros y encaminados hacia la idea de a lo que quieren dedicarse y con esto, tienen la oportunidad de poner en práctica sus conocimientos en un campo laboral incluso antes de haberse graduado. (2023)

Esta iniciativa se conoce como el *Bachillerato Técnico Productivo* que empezó dentro del *Proyecto Renovación*, el cual se originó con la intención de evolucionar la matriz productiva con la finalidad de mejorar la calidad de la formación educativa del bachillerato técnico en Ecuador y de esta manera responder a “las perspectivas de desarrollo y vocación productiva de los territorios” (vvob, 2016). Este proyecto se enfocó en cinco áreas técnicas: agropecuaria, industrial, servicios, artística y deportiva. (Ministerio de Educación, s. f.)

Esta iniciativa, según explica (Muñoz, 2023), es un tema importante por el cual trabajar, debido al costo que le implica al estado la deserción escolar. Así como nivelar los conocimientos que tienen los estudiantes antes de ingresar a la universidad y poder experimentar dichos conocimientos de manera práctica “en momentos tempranos” (2023). Muñoz comentó además que el costo de deserción por estudiante para el Estado representa entre \$3000 a \$5000 dólares dependiendo del semestre en el que el estudiante decide desertar.

Muñoz comentó que este trabajo empezó a tomarse a consideración como una propuesta que se espera a ser consolidada a futuro, después de que surgió “una discusión sobre todo impulsada por los movimientos de niños, niñas y adolescentes respecto a que cuando estás en edad de elegir una carrera, no estás lo suficientemente decidido o no cuentas con las herramientas necesarias para decidir” (2023)

Tras haber conversado con Pamela Muñoz, se realizó un enfoque más específico dentro de la investigación, por tal razón por medio de una entrevista abierta con Cristina Rivadeneira, el enfoque de la investigación se centró en entender la estructura actual del bachillerato.

Rivadeneira entendió instantáneamente la problemática de estudio y comentó que cada colegio está sujeto a contar con DECE (Departamento de Consejería Estudiantil), los cuales son las instancias responsables de preservar la integridad de los estudiantes a nivel psicológico, educativo, mental y emocional (2023). El DECE en cada establecimiento, es un organismo que está establecido en cumplimiento con el mandato institucional de acuerdo al artículo 48 del reglamento general de la LOEI (Educación Ecuador, 2014).

Según el Ministerio de Educación, se supone que cada institución educativa del país debe contar con un profesional por cada 300 estudiantes, distribuidos de la siguiente forma (s,f)

Imagen 1

Número de estudiantes por jornada		Equipo interdisciplinario de profesionales que conforman el DECE en instituciones educativas por jornada
Desde	Hasta	
300	600	(1) psicólogo/a clínico y (1) psicólogo educativo/a.
601	900	(1) psicólogo/a clínico y (1) psicólogo educativo/a, y (1) trabajador/a social
901	1.140	(2) psicólogos/as educativos/as, (1) psicólogo/a clínico/a, y (1) trabajador/a social.

Imagen 1. *Equipo profesional de los DECE.* Gobierno del Ecuador.

Así mismo, se establece que cada institución educativa cuenta con la guía del manual de OVP (Orientación Vocacional y Profesional) que sirve como ayuda base para los profesionales que conforman los DECE en colegios del país.

Muñoz reconoció que existe un vínculo por el que trabajar de forma más consolidada entre el Ministerio de Educación y la Senescyt, ya que, como indica, antes trabajaban en conjunto y desde algún punto las decisiones fueron individuales de parte de cada organismo y que esto ha ocasionado algo de distanciamiento y falta de comunicación en ciertas decisiones (2003).

Una vez, que se analizó la situación del contexto nacional referente a la problemática del acompañamiento psicológico y profesional para adolescentes que están a punto de salir del colegio, la investigación tomó dirección hacia los profesionales que han trabajado en este campo, en asesorar a chicos que se sienten confundidos o no encuentran el camino que se ajuste a sus intereses y objetivos.

Se realizó contacto con Juan Carlos Peñafiel, ingeniero comercial experto en procesos de admisión universitaria y fundador del Escritorio de Einstein, un programa de orientación vocacional que trabaja con estudiantes de Latinoamérica y España. Juan Carlos colaboró en la investigación cualitativa proveyendo información de por qué este tema es importante, cómo se lo ha ido trabajando y cómo podría implementarse idealmente en el país.

Peñafiel comentó que una de las principales razones de la indecisión en los estudiantes radica en la estructura biológica del cerebro humano, además de analizarlo desde el punto de vista de la psicología. Haciendo referencia de por qué a nivel cerebral, el estudiante puede presentar problemas para elegir su carrera universitaria y Peñafiel menciona a un investigador pionero de temas de educación preuniversitaria.

El doctor David Bueno, es un investigador y neuro educador de una de las prestigiosas universidades de Barcelona, hace un estudio de cómo funciona el cerebro de los adolescentes.

Técnicamente a los 17 años el cerebro de un adolescente no se encuentra en un estado ideal para procesar una decisión tan relevante como es la decidir la carrera que le va a acompañar toda su vida.

A lo que Peñafiel se refiere es que la corteza prefrontal que es la estructura cerebral ubicada en la parte posterior de la frente y que se encarga de la toma de decisiones, no ha llegado a su maduración completa a la edad de los 17 años, (Healthy Children Magazine, 2019).

Es por ese motivo que en los programas propuestos por el Escritorio de Einstein es de vital importancia trabajar en conjunto con los padres. José Carlos Silva, quien fue acreedor de una beca para tomar un programa básico del Escritorio de Einstein, compartió su testimonio e indicó que se trabajó únicamente con él, si no con sus padres, en especial con su madre, a quien también le habían asignado unos cuestionarios por resolver sobre su personalidad.

4.3. Diseño y planificación de la campaña

NOMBRE DE LA CAMPAÑA

El nombre fue elegido de acuerdo al concepto de hacer entender a los estudiantes que su camino es individual y es un proceso que no trata de competencia.

Your Way

CONCEPTO DE LA CAMPAÑA

La idea principal es comunicar por medio del diseño gráfico, el concepto de apertura y diversión con los estudiantes. Se trata de una campaña que busca la diversidad y el autodescubrimiento personal.

LOGOTIPO



JUSTIFICACIÓN

Se ha diseñado un isologo que representa los valores principales de la campaña a través del significado de sus colores, los cuales son creatividad (morado), equilibrio mental y emocional (verde claro), entusiasmo (naranja) y calma (turquesa).



Siguiendo el mismo concepto se eligieron las fuentes. Fuente principal *Chewy* de Canva y la fuente secundaria es *Glacial Indifference*. *Chewy* como una representación de fresca, amistosa y divertida. Mientras que la segunda fuente sostiene la formalidad de la educación, la estructura y la sobriedad necesaria.

MAPA DE PÚBLICOS

Grupos de Interés	Actores	Interés de relación	Posición	Interés de relación	Influencia
PÚBLICO OBJETIVO	Estudiantes de bachillerato. Estudiantes pre - universitarios. Edad: 15 a 20 años	Punto de dirección de la campaña	Activos	Muy interesado	Poder
	Padres de familia	Acompañamiento, influencia e interés para sus hijos	Pasivos	Interesado	Poder
ENTIDADES DE COOPERCIÓN	Escritorio de Einstein USFQ Departamento de Asesoría Vocacional USFQ	Apoyo en eventos, planificación de talleres y proveer información. Contenido Digital	Pasiva	Interesado	Influyente
	U.E. Giovanni Antonio Farina Dalcroze Unidad educativa Doctor Arturo Freire	Apoyo con la realización del evento y los públicos elegidos. Capacitaciones.	Activa	Muy Interesado	Influyente
FORMADORES DE IMAGEN	Radio Municipal, Radio CCE, Radio Pichincha, Bravo Stereo Radio, Telesucesos, Revista La Familia y Ponte Once	Divulgación de la campaña y noticias de interés coyuntural.	Pasiva	Muy Interesado	Poder
	Influencers Patty Macías, Juan Sid y Pablo Rodríguez		Pasiva	Interesado	Influyente
ORGANISMOS DE CONTROL	Ministerio de Educación. Senescyt. Coordinación de Orientación Vocacional USFQ.	Gestión de lobbyng, autorizaciones y coordinación para	Pasiva	Interesado	Poder

ALIADOS ESTRATÉGICOS

- **Escritorio de Einstein**

Juan Carlos Peñafiel fundador y director del Escritorio de Einstein como capacitador, invitado a podcast y donación de un programa de asesoría vocacional.

- **Departamento de Asesoría Vocacional de la Universidad San Francisco de Quito**

Ñusta Quishpe, coordinadora del departamento, participó activamente como capacitadora de los talleres y el evento *The Change*. Así como su especial aporte en la investigación cualitativa.

- **Ministerio de Educación**

Pamela Muñoz, asesora ministerial y Cristina Rivadeneira, directora nacional de bachillerato, participaron en la fase de investigación para la campaña.

- **Diego Jácome**

Diego es psicólogo organizacional y experto en liderazgo organizacional. Participó como capacitador en uno de los talleres del evento *The Change*.

INFLUENCERS

- **Patricia Macías**

Influencer con 960 mil seguidores en Instagram. Creadora de contenido de desarrollo personal y comunicación efectiva. Invitada al podcast de contracorriente debido a su estrecha relación con la temática de la campaña.

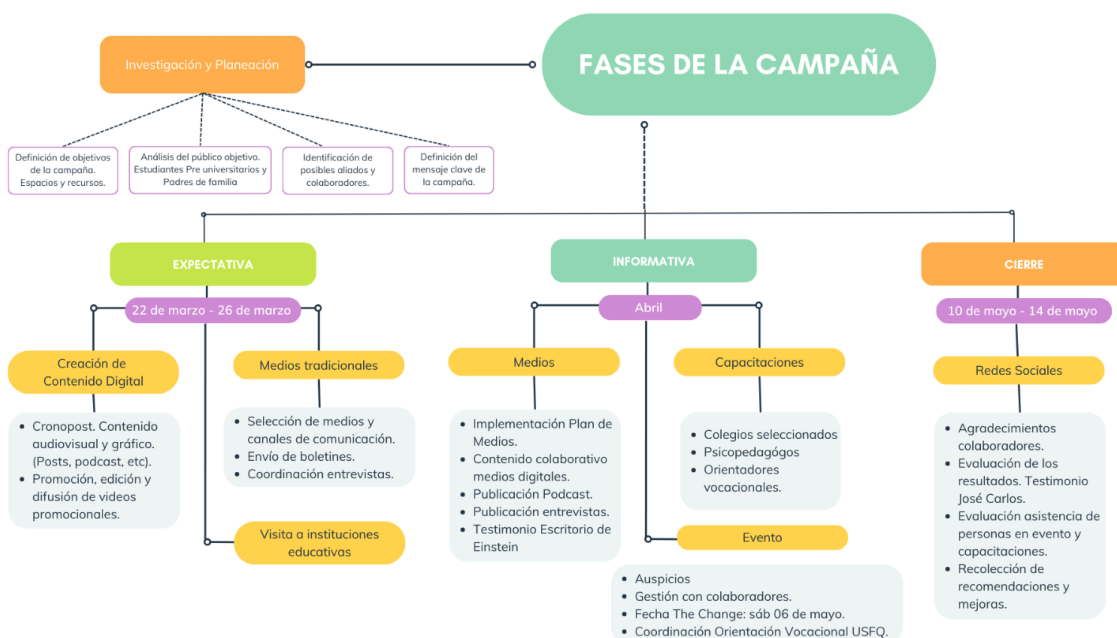
- **Pablo Rodríguez**

Estudiante destacado de último año de medicina de la Universidad Central del Ecuador, participante activo de la política del país y salud pública. Pablo cuenta actualmente con 21 mil seguidores en Instagram. Invitado al podcast de contracorriente debido a la organización de diferentes pasiones aplicadas laboralmente.

• **Juan Simón Delgado**

Licenciado en producción audiovisual. Creador de contenido netamente educativo, topando temas a nivel institucional y de opinión pública. Juan Simón cuenta con diez mil setecientos seguidores en su cuenta principal de Instagram. Invitó a Your Way a ser parte de una de sus entrevistas en vivo.

PLANIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA



Objetivo General

Comunicar a estudiantes de bachillerato, preuniversitarios y padres de familia sobre el proceso de elección de carrera de manera consciente y óptima para el autodesarrollo.

Objetivos específicos

- Dar a conocer a la población de Quito, la problemática que existe sobre el proceso de elección de carrera y sus consecuencias.
- Alcanzar un mínimo de 180 seguidores en redes sociales

- Realizar talleres que provean herramientas a los estudiantes sobre el proceso de elección de carrera universitaria.
- Dar a conocer el costo que significa para el Estado la deserción universitaria actual.
- Resaltar la labor de los psicopedagogos y orientadores vocacionales dentro del proceso de conseguir una educación consciente.
- Conseguir la asistencia mínima de 15 personas para el evento.
- Generar contenido sostenible y de valor útil para el público de la campaña.
- Promocionar la campaña en 5 medios tradicionales de comunicación y en 2 digitales.

ETRATEGIAS Y TÁCTICAS

- La estrategia principal es captar la atención de nuestro público y fidelizarlo a la causa. Esto por medio de tácticas de creación de contenido digital y difusión en redes sociales, debido a que el público ideal son estudiantes interesados en temas de educación. Así otra de las tácticas primordiales es crear capítulos dentro de un podcast en el que serán invitados *influencers* que tengan relación con el tema discutido, de esta manera se llegará a personas de la edad deseada.
- Estrategia de educomunicación por medio de talleres para los colegios y de la promoción de la causa social en medios digitales.
- Promocionar la campaña con nuestro segundo segmento de público ideal, padres y docentes, por medio de medios de comunicación tradicionales. Crear un boletín de prensa que muestre a la campaña y a su investigación como un evento noticioso y un tema coyuntural importante.

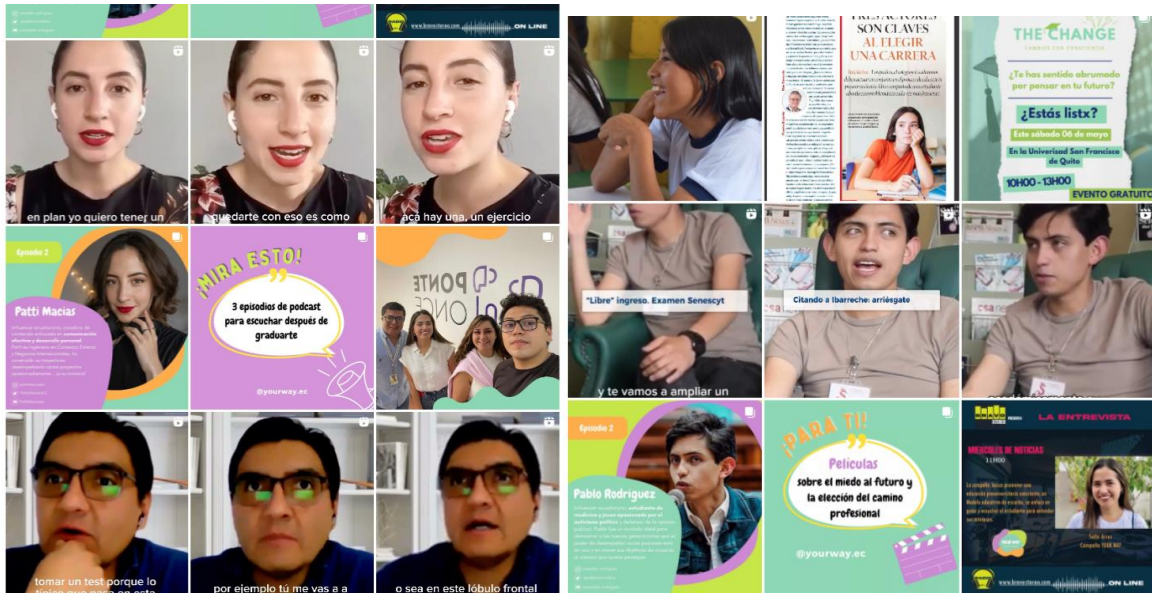
- Visibilizar a la campaña en espacios físicos educativos. La táctica se concentró en distribuir imágenes con códigos QR, dentro de la universidad, centros educativos y casa abierta de la USFQ, que dirigían a la cuenta principal de la campaña.

PLANIFICACIÓN DIGITAL DE LA CAMPAÑA

Se empezó realizando una presentación de la campaña. Posteriormente, el contenido se distribuyó de una forma ordenada que siguiera con secuencia y expectativa para los seguidores. Guiado por el orden a continuación:

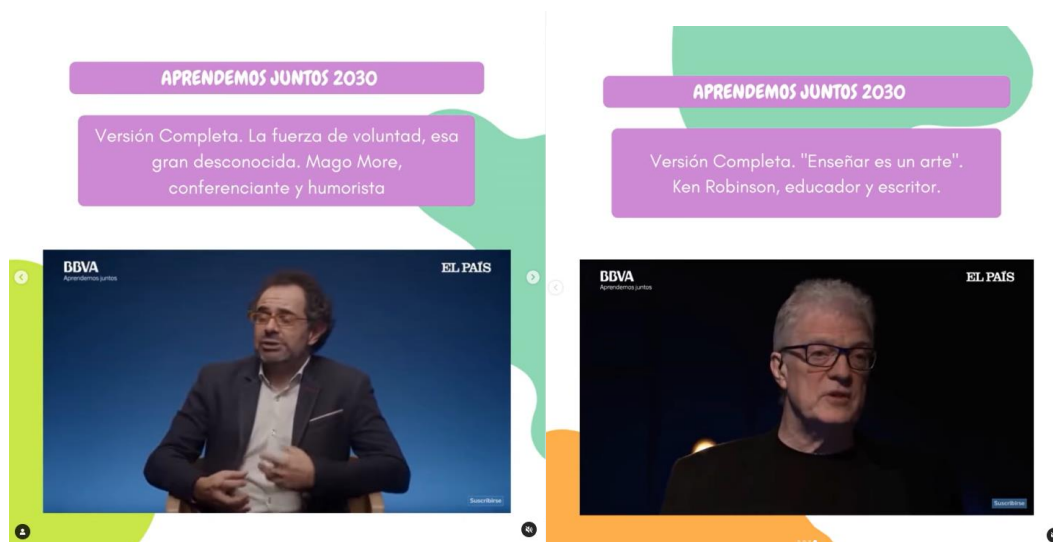
1. Imagen familiar y de actividad de la campaña. Es decir, visitas a medios de comunicación tradicionales.
2. Contenido educativo entretenido, como, por ejemplo: “Podcast para escuchar después de graduarte”. Es decir, herramientas entretenidas para los seguidores.
3. Presentación del perfil del próximo entrevistado al podcast. (Se genera expectativa).
4. Siguen 3 clips con información relevante del episodio del podcast, de manera que entren a los episodios para visualizarlos y escucharlos.

VISUALIZACIÓN DEL FEED



EJEMPLOS DEL CONTENIDO





EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

Resultados e Impactos

- Se alcanzaron 211 seguidores en la cuenta principal de Instagram. Es decir, se logró más del 100% del objetivo inicial propuesto.



Tanto los episodios del podcast de contracorriente como los clips que fueron obtenidos para la generación de contenido de la cuenta fueron fuentes interactivas de información para los públicos, debido a que hubo un gran alcance y reacciones con las piezas visuales.



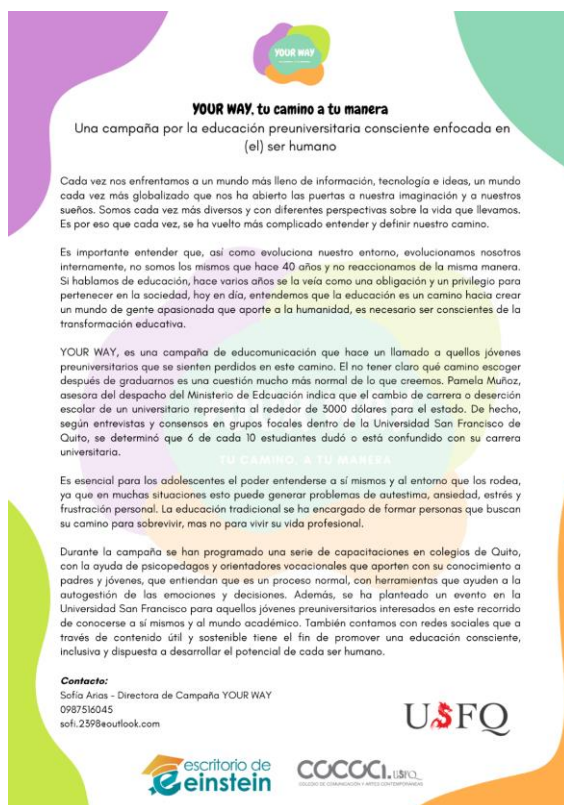
Los clips de videos además de servir como contenido base de las redes sociales, impulsaron la continuidad del contenido y la fidelización por parte de los públicos, exitosamente resultaron ser interactivos. Debido a que sirvieron como canal para difundir la cuenta principal de la campaña y además para poder llegar a un público nuevo o consumidor de otro tipo de contenido que también se muestra interesado por la causa social de Your Way.

-  **Rous Quiroga** hace 2 semanas
FUE HERMOSOOOOO
-    Responder
-  **Rous Quiroga** hace 2 semanas
Muchas gracias por hacer esa entrevista tengo 19 años me verdad me ha ayudado bastante  te lo agradezco
-    Responder
-  **1 respuesta**
-  **Contracorriente** hace 2 semanas
Rous! Qué maravilla que te haya servido, precisamente esa es nuestra misión :)
Síguenos en redes para más contenido y para cualquier apoyo que necesites:
<https://instagram.com/yourway.ec?igshid=YmMyMTA2M2Y=> 
-   Responder

El propósito inicial en las estrategias de medios de comunicación tradicionales se centró en promocionar la campaña en mínimo 5 medios tradicionales y 2 medios digitales. Lo cual se cumplió y se obtuvieron logros inesperados.

La estrategia con medios de comunicación se centró en generar un mensaje noticioso para medios, importante, pero en especial de alerta sobre la deserción universitaria en universidades públicas y cuánto le representa al Estado el abandono de los estudiantes de sus carreras universitarias.

Se creó un boletín de prensa.



Se tuvo una exitosa gira de medios por los siguientes canales:

DIGITALES:

- Ponte Once



- Bravo Stereo



- Instagram de Juan Simón Delgado (@juansid)
- El Bazar Podcast

TRADICIONALES

- Radio Casa de la Cultura Ecuatoriana

ZONA CULTURA
Lunes a viernes 07:30 a 08:30

Entrevista 07:45
SOFIA ARIAS
Directora del proyecto "Your way"
Tema:
Campaña por la educación preuniversitaria consciente enfocada en el ser humano

Entrevista 08:15
JANETH BONILLA
Ingeniera Agrónoma
Tema:
Premio Mujeres que Construyen

www.culturafmccce.com | www.radiocce.com

CULTURA 100.9 FM
RADIO CCE 100.9 FM
CASA DE LAS CULTURAS

The image on the right shows two women sitting at a desk in a radio studio. They are both smiling and looking towards the camera. The woman on the left is wearing a black blazer over a white top, and the woman on the right is wearing a colorful, patterned sweater. There are microphones and a keyboard on the desk. The background features a wall with a purple and white checkered pattern and acoustic panels.

- Radio Municipal
- Radio Pichincha



- Telesucesos

SUCESOS DEPORTIVOS
ENTREVISTA
 NUESTRA INVITADA

SOFÍA ARIAS

Directora de la Campaña YOUR WAY USFQ

Jueves, 27 de Abril
 16:00 p.m.

Emisión: En Vivo

LIVE

www.telesucesos.net
 Telesucesos HD

TV Canal 99 - Canal 79
 TV Canal 43 - Canal 43
 Cable 1010 / Abta TV - Canal 6
 13 (980) Machachi - Canal 44



- Revista La Familia

23 de abril de 2013 Familia / 5

TRES ACTORES SON CLAVES AL ELEGIR UNA CARRERA

Iniciativa: Los padres, el colegio y los alumnos deben actuar en conjunto en el proceso de educación preuniversitaria. Una campaña de una estudiante aborda esta problemática cada vez más frecuente.

En el proceso de educación preuniversitaria también influye el contexto actual, el cambio de paradigma y los avances tecnológicos.

Padres e hijos

CONTEXTO
Realidad. Para elaborar este proyecto, Arias habló con Pamela Muñoz, asesora del Ministerio de Educación del país, quien le comentó que, tras la pandemia, "la educación se volvió un negocio".
Problemas. Este fenómeno de insatisfacción en el momento de elegir carrera, dice la estudiante creadora de la campaña, tiene un efecto directo social y afecta a varios sectores de la vida del alumno.
Consejo. Dice Arias que los padres se deben evitar de tener un estereotipo fijo de lo que debería hacer su hijo y que es mejor pensar "¿lo que quiero lo que yo necesito para lograr lo que yo quiero?".

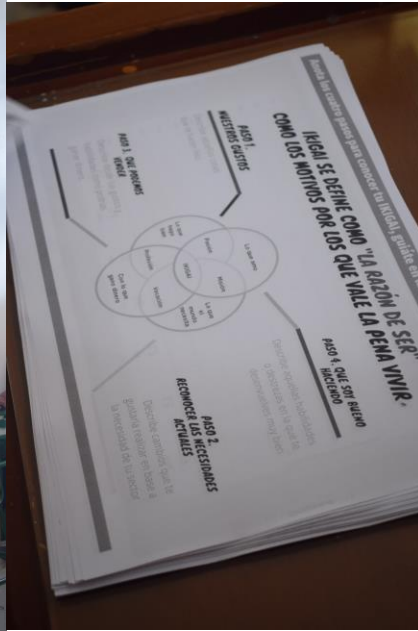
Cuando faltan algunos años para acabar el colegio, a las generaciones de los estudiantes se suma una importante decisión que tomarán que estudiarán en la universidad o que hacer después de la graduación. De cara de una realidad que los jóvenes no deben tomar a la ligera, porque afecta al resto de su vida. De hecho, la decisión universitaria es un problema cada vez más frecuente. Por esta razón, Sofía Arias, estudiante de último semestre de la carrera de Comunicación en la Universidad San Francisco (USFQ) con la campaña "Tres Actores", se lanzó a su campaña 'Woy, tu camino a tu manera'. Esta iniciativa trata el objetivo de promover una educación preuniversitaria consciente, enfocada en el ser humano. Como lo explica Arias, es un "llamado a aquellos jóvenes que se sienten perdidos en este camino". Según información estadística que la USFQ da cada 10 años, la mitad de los que cursan la carrera de Comunicación en la universidad, abandonan la carrera. Así, la manera de abordar debe comprometer al colegio, a los padres y a los principales implicados, los alumnos que van a tomar esta importante decisión. Zakaria Llanos, CEO de Kruger School y quien acompaña a Arias en el proyecto, explica que un acompañamiento oportuno por parte del colegio podría ser una transición radical: un cambio de paradigma de la forma en la que se trata a la educación. "El sistema educativo tradicional es unidireccional", señala Llanos, de manera que si la intención es acompañar a los estudiantes en su proceso de elección después de graduarse es necesario que la educación sea cada vez más personalizada. En esta sesión, el experto indica que el papel del colegio es potenciar y desarrollar las habilidades especiales de cada individuo. Merece más tiempo sobre este acompañamiento, mejor. Tanto Arias como Llanos están de acuerdo en la importancia que tiene el rol de los padres en este proceso. Dice la estudiante, cuya especialidad es en Psicología, que durante la adolescencia los jóvenes necesitan de una guía en la toma de este tipo de decisiones. Pero este acompañamiento debe darse desde una posición de escucha activa y de diálogo, sin juzgar. Llanos, por su parte, resume en tres puntos el papel de los padres en este proceso. Primero es relevante establecer una conexión con los hijos, a través de herramientas de inteligencia emocional. Una segunda consideración es entender el cambio del paradigma y la brecha generacional, y que "la educación es diferente, porque estamos en un tiempo diferente". El tercer punto se relaciona con emplear las opciones juntas, considerando siempre las habilidades e intereses de los hijos.

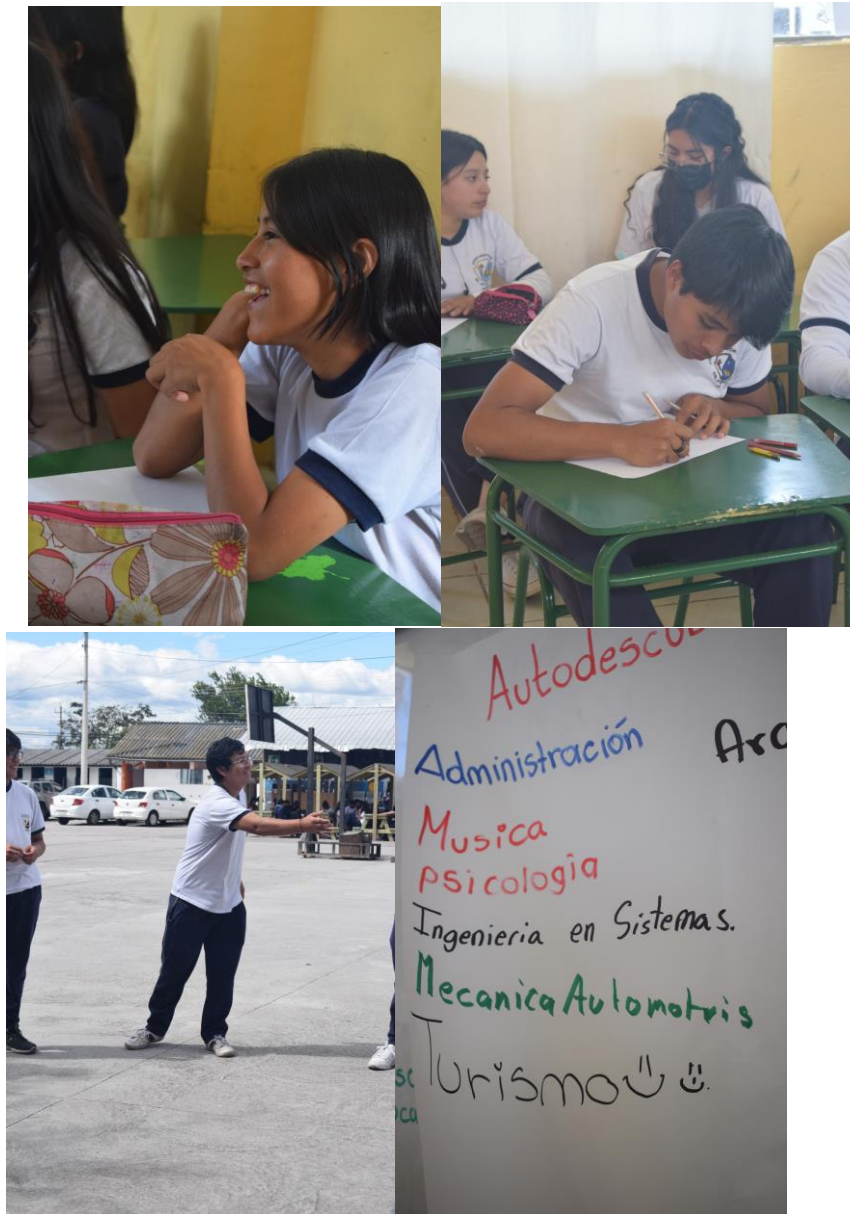
Elige una carrera empleando proceso metodológico general.

Los jóvenes de hoy hacen tres actores al elegir el colegio, a padres de familia y los estudiantes.

TALLERES

Los talleres de autodescubrimiento vocacional se llevaron a cabo en el colegio Doctor Arturo Freire, un colegio fiscal ubicado en Tababela. En donde se trató el tema de la comparación y presión social como primera dinámica, posteriormente se aplicó el ejercicio de IKIGAI, "la razón de ser", para determinar puntos como los hobbies, intereses, necesidades, habilidades, etc.





THE CHANGE, transiciones con consciencia.

The Change fue el evento organizado por la campaña de Your Way y Te Escucho. La decisión de realizar un evento por ambas campañas fue tomada debido a la similitud de la causa social de ambas campañas por promover cambios, transiciones de etapas académicas y profesionales en la vida de una persona, tomando en cuenta la importancia de la salud mental y emocional.

El evento se llevó a cabo el día sábado 06 de mayo de 10h00 a 13h30. Consistió en dos talleres. El primero impartido por Ñusta Quishpe, asesora vocacional de la USFQ y le segundo por Diego Jácome, docente de psicología organizacional de la USFQ y experto en liderazgo. Ambos capacitadores proveyeron herramientas y recursos para planear un futuro de acuerdo a las necesidades e intereses de los asistentes. Dándole importancia a las pasiones de las personas así de cómo poder direccionarlas hacia un oficio o profesión y tener el poder de desempeñarlas.

Se estimaba un mínimo de 15 personas al evento y asistieron 20, de manera que se superaron los objetivos iniciales. Además, contamos con el auspicio de PEPSICO para el break de snacks para los asistentes.

Piezas promocionales del evento

THE CHANGE
CAMBIOS CON CONSCIENCIA

¿Te has sentido abrumado por pensar en tu futuro?

¿Estás listx?

Este sábado 06 de mayo

En la Universidad San Francisco de Quito

10H00 - 13H00

EVENTO GRATUITO

DESARROLLO VOCACIONAL Y PROFESIONAL

¿Estás preparado para aprender sobre lo que te apasiona? Un camino hacia el autodescubrimiento y además a estar más cerca de ser lo que quieres ser

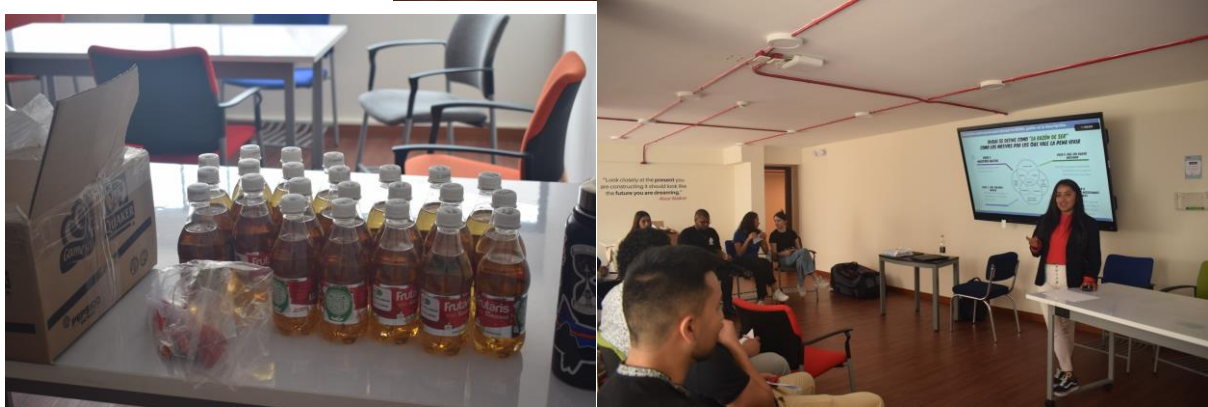
JUNTO A

ÑUSTA QUISHPE
Asesora Vocacional USFQ

DIEGO JÁCOME
Experto en Desarrollo de Liderazgo USFQ

THE CHANGE
CAMBIOS CON CONSCIENCIA

Día del evento





LOGROS NO ESPERADOS

- Posterior al 15 de mayo, se contactó Bazar Podcast como interesado en tener una entrevista para conocer más de Your Way y su propósito social. Así mismo, dos radios se pronunciaron aceptando otorgar un espacio para dar a conocer la campaña, en la primera semana de junio.
- La cuenta sigue creciendo en seguidores a pesar de que se ha dejado de crear y subir nuevo contenido, esto se debe al contenido ya existente como reels y además que Juan Simón Delgado, solicitó a Your Way compartir su causa social en las redes sociales del influencer.
- La beca otorgada de parte del Escritorio de Einstein a José Carlos Silva, estudiante de 17 años de la provincia de Riobamba. La beca fue uno de los logros inesperados más gratos de la campaña ya que además de que se pudo conocer de cerca el trabajo de una asesoría vocacional, se tuvo un impacto importante en un estudiante confundido y en su familia, por un valor totalmente gratuito.
- La invitación por parte de dos instituciones educativas como son Dalcroze y la Unidad Educativa Giovanni Antonio Farina para poder impartir los talleres de

autodescubrimiento vocacional. Los colegios ubicados en el Valle de los Chillos se mostraron interesados para poder topar este tema con los estudiantes de últimos años de bachillerato y sus padres. De manera que se están gestionando con el aporte de Ñusta Quishpe, asesora vocacional de la USFQ, poder llevar a cabo los talleres para las próximas generaciones de los colegios mencionados.

CONCLUSIONES

Tras haber realizado una investigación exhaustiva sobre el proceso de elección de carrera, se ha podido concluir que la confusión e indecisión tras incorporarse del colegio es más común y normal de lo que muchas personas pueden considerar. La problemática radica en que a pesar de que existen porcentajes en aumento de deserción universitaria, depresión, ansiedad, etc, las instancias encargadas de realizar estos procesos no adquieren la responsabilidad del asunto como les corresponde.

Es necesario resaltar que las autoridades gubernamentales de educación como son el Ministerio de Educación, la Senescyt, etc. Han trabajado implementando programas que buscan el progreso de la educación en el país, sin embargo, existe también la clara responsabilidad de mantener el seguimiento de instancias responsables como los Departamentos de Consejería Estudiantil y no se está cumpliendo. Ya que por más que está sujeto con la LOEI, empíricamente los colegios no cuentan con los profesionales capacitados para el acompañamiento estudiantil merecido y establecido por la ley. Y toda esta incongruencia se ve reflejada en el aumento de deserción universitaria en primeros semestres de universidad.

Así mismo, se sugiere realizar estudios exhaustivos sobre las metodologías de orientación vocacional aplicada a diferentes estudiantes, entre estos, aquellos que entran al grupo de necesidades educativas especiales. Debido a que, es sumamente primordial realizar un análisis individual previo de la personalidad y el estado mental del estudiante. Ya que, los programas de asesoría vocacional, deben ser aplicados de manera individual con cada persona y con esto, entender cómo siente y percibe su mundo externo.

Por otro lado, la investigación y la campaña sugieren continuar con los estudios en educación aplicada y la influencia sociopolítica en el autoestima de los jóvenes estudiantes.

Ya que, como se pudo inferir, los propios colegios, docentes y padres de familia pueden contar con herramientas para un óptimo acompañamiento para los estudiantes, sin embargo, existen condiciones externas a ellos, como por ejemplo su situación económica, que no permiten que los estudiantes puedan ver más allá en su finalización de estudios secundarios, más que empezar su vida laboral para sostener a su familia y a sí mismos.

Y haciendo referencia a este último tema mencionado, deseo enlazarlo con la importancia de resaltar que las instancias gubernamentales como el Ministerio de Educación, Snescyt, tienen programas de valiosa utilidad para la población, como fue analizado el Proyecto Renovación y el bachillerato técnico productivo, que en casos de familias con escasos recursos y bajas posibilidades para continuar sus estudios de tercer nivel, este tipo de programas es ideal para continuar con su desarrollo profesional. No obstante, existe un problema de comunicación entre las instancias mencionadas anteriormente y la población, debido a que, pueden existir modelos educativos ideales para cada población, pero no están siendo comunicados a la gente.

En este mismo punto, es relevante señalar la trascendencia de la comunicación en cambios sociales como este. Ya que, como se tuvo la oportunidad de entrevistar a la directora nacional de comunicación, es claro que existen fallas en comunicación con la población sobre los programas y actividades ideadas para la educación, debido a que tanto el ministerio de educación como la senescyt trabajan de forma independiente. A pesar de que deben mantener su trabajo en constante comunicación, al ministerio le corresponde también alcanzar de manera adecuada y propicia a su público directo principal, que son los docentes. De forma que se sugiere analizar más minuciosamente lo que está pasando en los canales de comunicación implementados por parte de estas instituciones.

Por otro lado, gracias al desarrollo de la campaña, se pudieron conocer de manera empírica, mucho más clara y cercana el desarrollo de la problemática, con esto es, que tras

haber conversado con padres de familia, se ha concluido que existe la comprensión y el interés por ayudar en la formación y guía adecuada de sus hijos. Sin embargo, no conocen los métodos, herramientas o pasos necesarios para poder encaminar a sus hijos a encontrar una luz para sus intereses profesionales. Lo cual me lleva a mi siguiente punto, a partir de la investigación cualitativa, la campaña resaltó el poder y responsabilidad de los asesores vocacionales tanto públicos como privados. La acción de un acompañamiento profesional dentro del acompañamiento estudiantil es responsabilidad primaria de los orientadores vocacionales, partiendo desde ellos, se pueden tomar acciones guiadas a padres y estudiantes.

La deserción universitaria es un resultado de la ausencia de trabajo o acompañamiento a los estudiantes en sus últimos años de bachillerato. La inversión que representa para el estado que un estudiante abandone sus estudios es cada vez más alarmante, tomando en cuenta que esta situación es cada vez más continua y que además, se puede prevenir.

Para poder dar a conocer la problemática y concientizar a los actores involucrados, se ejecutó la campaña “Your Way”, con la cual se pudo generar impactos importantes en la vida de varios estudiantes que se involucraron. Your Way se ha convertido en un espacio en el que se otorga un gran valor a la necesidad y derecho que tienen los adolescentes de contar con profesionales durante este proceso de transición. Además de entender que cada camino es individual y que cuentan con herramientas para poder encaminar su autodescubrimiento y búsqueda de vocación.

Todo esto fue posible gracias al manejo de relaciones públicas, lanzamiento de talleres y capacitaciones, gestión de medios y principalmente, por la aplicación de estrategias que se dirijan idealmente a cada público de interés, como por ejemplo, el uso de la educomunicación mediante canales digitales de comunicación y generación de información útil tanto para medios tradicionales y digitales del país.

Por último, deseo remarcar que la lucha por una educación de calidad para todos y todas es un legado que continua y va de largo, porque una educación enfocada en la diversidad e inclusión también se refiere a poder otorgar los mejores recursos para que cada ser humano, desde su independencia, pueda conseguir su potencial autodesarrollo y construir una sociedad más humana, con profesionales capacitados y apasionados por ofrecer servicios de calidad al país. La educación es un poder que nos corresponde a todos y la campaña de *Your Way* ha sido uno de los recursos pioneros para trabajar en una educación holística y enfocada a la evolución del ser humano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alejandro Anaya-Durand & Celina Anaya-Huertas. (2009). ¿Motivar para aprobar o para aprender? Estrategias de motivación del aprendizaje para los estudiantes. *Tecnología, Ciencia, Educación*, 25(1), 5-14.

Abad, G. (2022). Miedo al futuro: el problema que ataca a los adolescentes. *La Hora*.

<https://www.lahora.com.ec/loja/miedo-futuro-problema-adolescentes/>

Aprendemos Juntos 2030. (2018, 12 noviembre). *Versión Completa. «Enseñar es un arte»*.

Ken Robinson, educador y escritor. [Vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=WP8WSK-6Pj0>

Arias, S. (2023, 11 abril). *CONTRACORRIENTE/ YOUR WAY - Episodio 1 - ¿ELEGIR MI CAMINO ES ALGO FÁCIL? | Juan Carlos Peñafiel*.

Ávila Muñoz, A. M. (2022). Algunas percepciones categoriales compartidas por preuniversitarios andaluces sobre la crisis del coronavirus y sus consecuencias.

¿Deberíamos preocuparnos? Un acercamiento desde la disponibilidad y la centralidad léxica. *TEJUELO. DIDÁCTICA DE LA LENGUA Y LA LITERATURA. EDUCACIÓN*, 35(3), 17-42. <https://doi.org/10.17398/1988-8430.35.3.17>

Bachillerato Técnico Currículo – Ministerio de Educación. (s. f.).

<https://educacion.gob.ec/bachillerato-tecnico-curriculo/>

- Balaguer, Á. J. (2015). *Desarrollo positivo adolescente desde la perspectiva personal. Relación con variables sociodemográficas, contextuales y rendimiento académico*. [Tesis]. Universidad de Zaragoza, España.
- Barnés, H. G. (2016, 10 junio). *La crisis del cuarto de edad: cuál es de verdad la peor época de nuestras vidas*. elconfidencial.com. https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2016-06-10/crisis-cuarto-edad-veinteaneros-treinteaneros_1201482/
- Bataloso, J. M. (2017). *El horizonte humano. Conversaciones con Fernando Camacho*. (Vol. 22) [Google Académico]. Bubok. <https://books.google.com.ec/books?id=LAmPDgAAQBAJ&lpg=PA1&pg=PA1#v=onepage&q&f=false>
- Begnini, L. F. B. D., Arteaga, Y. A. A. A. & Arroyo, C. M. A. B. (2022, 15 julio). Educomunicación y recursos didácticos. *fipcaec*. Recuperado 12 de diciembre de 2022, de <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/599>
- Clementin, F. (2022, 23 julio). *Cómo influye la familia en la formación de la autoestima*. eres mamá. Recuperado 1 de febrero de 2023, de <https://eresmama.com/influye-familia-formacion-de-la-autoestima/>
- Cortéz, S. T. C. N. & López, J. A. L. Y. (2021). *ORIENTACIÓN VOCACIONAL Y PROFESIONAL EN ESTUDIANTES DE TERCERO DE BACHILLERATO DE LA UNIDAD EDUCATIVA "OLMEDO" DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19* [Trabajo de Titulación]. Universidad de Guayaquil.

- Crone, E. A. (2019). *El cerebro adolescente: Cambios en el aprendizaje, en la toma de decisiones y en las relaciones sociales*. Narcea.
<https://books.google.com.ec/books?id=TvikDwAAQBAJ&lpg=PP1&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Daura, F. T. (2017). Aprendizaje autorregulado e intervenciones docentes en la universidad. *Revista Educación*, 41(2), 1. <https://doi.org/10.15517/revedu.v41i2.21396>
- Educación Ecuador. (2014, 19 agosto). *Normativa y funcionamiento de los Dept. de Consejería Estudiantil* [Vídeo]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=wsu2ukxmnik>
- El rol de la psicología en la comunicación*. (2016, 26 abril). MBA & Educación Ejecutiva | MBA & Educación Ejecutiva - AméricaEconomía.
<https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/el-rol-de-la-psicologia-en-la-comunicacion>
- Falcón, P. (2020). *La universidad entre la crisis y la oportunidad: Reflexiones y acciones del sistema universitario argentino ante la pandemia*. Eudeba.
- Fromm, E. (2022). *El arte de amar* (1.ª ed.). Paidós.
- García, A. C. (2020, 29 mayo). *¿Por qué sucede la “crisis del cuarto de vida” entre los 20 y los 30 años?* Alicia Chica Psicóloga.

<https://aliciachica.familiarmentegrana.com/por-que-sucede-la-crisis-del-cuarto-de-siglo/>

Giménez, G. (2010). Cultura, identidad y procesos de individualización. *RUA MX*, 15-28.

https://ru.ceiich.unam.mx/bitstream/123456789/3073/1/00A-Completo_Identidades-web_Cap1_Cultura_identidad_y_procesos.pdf

Healthy Children Magazine. (2019, 12 marzo). *¿Qué pasa en el cerebro de un adolescente?*

HealthyChildren.org. <https://www.healthychildren.org/Spanish/ages-stages/teen/Paginas/Whats-Going-On-in-the-Teenage-Brain.aspx>

Javier Callejo Gallego. (2001). Cuesta, Ubaldo, *Psicología Social de la Comunicación*.

Madrid, Editorial Cátedra, 2000. *Revista Internacional De Sociología*, 59(28), 265-267.

Jiménez Becerra, J. A. (2013). El papel de las TIC en el desarrollo: una mirada desde la

construcción social de la tecnología en el caso ecuatoriano. *Íconos - Revista de Ciencias Sociales*, 0(37), 87. <https://doi.org/10.17141/iconos.37.2010.412>

López, E. (2016). *Ambiente de aprendizaje, motivación y disciplina en las clases de educación física* [Tesis]. Universitat de València.

Manual de Orientación Vocacional y Profesional (OVP). (2021). [PDF]. En Ministerio de Educación (Ed.), *Ministerio de Educación* (2.ª ed.). vvob.

https://ecuador.vvob.org/sites/ecuador/files/2021_ecuador_eftp_manual_ovp_2_edicion_1.pdf

Matos-Fernández, L. & Lens, W. (2006). La Teoría de Orientación a la Meta, estrategias de aprendizaje y rendimiento académico en estudiantes de secundaria de Lima. *Persona*, 0(009), 11. <https://doi.org/10.26439/persona2006.n009.901>

Ministerio de Educación. (2021). Transformaciones Educativas Ecuador. En *Ministerio de Educación*. Recuperado 1 de diciembre de 2022, de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/05/Transformaciones-educativas-en-Ecuador.pdf>

Ministerio de Educación. (s. f.). *Equipo profesional de los DECE*. Gobierno del Ecuador. <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/110.jpg>

Morán-Pallero, N. & Felipe-Castaño, E. (2021). Autoconcepto en las redes sociales y su relación con el afecto en adolescentes. *Behavioral Psychology/Psicología Conductual*, 29(3), 611-625. <https://doi.org/10.51668/bp.8321306s>

Narvaez-Montoya, A. (2019). Comunicación educativa, educomunicación y educación mediática: una propuesta de investigación y formación desde un enfoque culturalista. *Palabra Clave*, 22(3), 1-30. <https://doi.org/10.5294/pacla.2019.22.3.11>

Omrod, J.E. 2010. Educational psychology: Developing learners. Prentice Hall Pub. Nueva York, NY. EEUU

Ortiz, S. (2021, 25 abril). Menos ecuatorianos son de clase media. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuatorianos-clase-media-economia.html>

Pinzón, G. S. P. M. (2014). *Psicología de la Comunicación* [Ensayo]. Universidad Francisco Gavidia.

Ribeiro, G. L. (2002). *El-Espacio-Público-Virtual*. Universidade de Brasília.

https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/18386/3/ARTIGO_EspacioPublicoVirtual.pdf

Schunk, D. (2019). *Learning Theories: An Educational Perspective* (8th ed.). Pearson.

Times, T. N. Y. (2022, 25 agosto). *Independizarse, estudiar y trabajar: esto es todo lo que los psicólogos quieren que sepas sobre la crisis de los 20 años*. LA NACION.

<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/independizarse-estudiar-y-trabajar-esto-es-todo-lo-que-los-psicologos-quieren-que-sepas-sobre-la-nid24082022/>

UNESCO. (2020). La educación en tiempos de la pandemia de COVID - 19. *Unesdoc*.

Recuperado 1 de diciembre de 2022, de

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374075?posInSet=1&queryId=6606d041-e555-4f06-b4c4-42ea1b4153e9>

Van Dijk, M. P., Branje, S., Keijsers, L., Hawk, S. T., Hale, W. W., III y Meeus, W. (2014).

Selfconcept clarity across adolescence: Longitudinal associations with open communication with parents and internalizing symptoms. *Journal of Youth and Adolescence*, 43, 1861- 1876. doi: 10.1007/s10964-013-0055-x

vvob. (2016, 22 julio). *Proyecto Renovación de la oferta formativa del Bachillerato Técnico en el marco de la matriz productiva*. vvob education for development. Recuperado 13 de febrero de 2023, de <https://ecuador.vvob.org/noticia/proyecto-renovacion-de-la-oferta-formativa-del-bachillerato-tecnico-en-el-marco-de-la-matriz>