

UCLV
Universidad Central
"Marta Abreu" de Las Villas



FH
Facultad de
Humanidades

Departamento de Comunicación Social

TRABAJO DE DIPLOMA

Estrategia de comunicación para la Orientación Vocacional dirigida a los estudiantes de 11^{no} grado que optan por la carrera de Comunicación Social del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández

Autor: Daniela Pardo Rodríguez

Tutores: MSc. Yumay Blanco Llanes

MSc. Maitié Rodríguez Wong

Asesor Estadístico: Félix Rosell

Consultante: Lic. Yudeivy Olivera López

Santa Clara, junio 2019
Copyright©UCLV

UCLV
Universidad Central
"Marta Abreu" de Las Villas



FH
Facultad de
Humanidades

Department of Social Communication

DIPLOMA THESIS

Communication strategy for Vocational Guidance aimed at 11th grade students who opt for the Social Communication career of the pre-university

Captain Roberto Rodríguez Fernández

Author: Daniela Pardo Rodríguez

Thesis Directors: MSc. Yumay Blanco Llanes

MSc. Maitié Rodríguez Wong

Statistical Advisor: Félix Arley Rosell

Consultant: Lic. Yudeivy Olivera López

Santa Clara, June 2019

Copyright©UCLV

Este documento es Propiedad Patrimonial de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, y se encuentra depositado en los fondos de la Biblioteca Universitaria “Chiqui Gómez Lubian” subordinada a la Dirección de Información Científico Técnica de la mencionada casa de altos estudios.

Se autoriza su utilización bajo la licencia siguiente:

Atribución- No Comercial- Compartir Igual



Para cualquier información contacte con:

Dirección de Información Científico Técnica. Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. Carretera a Camajuaní. Km 5½. Santa Clara. Villa Clara. Cuba. CP. 54 830

Teléfonos.: +53 01 42281503-1419

Agradecimientos

A mi madre por nunca dejar de creer en mí, porque a ti te debo todo lo que soy.

A mi padre por todas sus enseñanzas.

A mi tía Leila y mi prima Claudia por aguantar todas mis pesadeces, quererme y siempre estar para mí.

A mis tíos Onel, Mabel y Luis por apoyarme en todo.

A Ramona y Mary por malcriarme y por su amor infinito.

A Deinelys por estos cinco años de complicidad, por soportar mis cambios de humor, por tener ese corazón tan grande y generoso, y sobre todo por tu amistad.

A Idonis, mi mejor amigo, por esas noches de llantos y risas, aunque el destino nos ponga en espacios diferentes siempre estaré agradecida por tu cariño y amistad.

A Beatriz por todas nuestras locuras y risas, por esa amistad incondicional siempre, nunca dejes de ser tú.

A Daniela y Leslie por todos los buenos y divertidos momentos que hemos pasado juntas.

A Rocío y Zisy por su amistad incondicional.

A Alejandro por su amistad y siempre hacerme reír.

A mis tutoras Yumay y Maitié por su infinita paciencia.

A Yuyu por su disposición y ayuda en todo.

A Kirk por ser simplemente genial.

A Jacomino por su paciencia y ayuda brindada.

A todos, muchas gracias.

Resumen

La presente investigación se plantea como objetivo diseñar una estrategia de comunicación dirigida a los estudiantes de 11no grado que optan por la carrera de Comunicación Social del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández, de la provincia de Villa Clara. Se emplea una alternativa metodológica cualitativa, utilizando como método la Investigación-Acción-Participación. Se utiliza un muestreo no probabilístico intencional. Las técnicas empleadas para la recogida de datos fueron: revisión de documentos oficiales, observación participante, entrevistas en profundidad, cuestionarios y sesiones grupales. Como resultados se conoce que la principal causa de desmotivación de los estudiantes es la falta de reconocimiento social de la carrera, a pesar de que existe una planeación estratégica de acciones de comunicación para promover la Orientación Vocacional. Se diseña una estrategia de comunicación orientadora, teniendo en cuenta necesidades y potencialidades de los estudiantes de 11no grado que optan por la carrera de Comunicación Social del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández, de la provincia de Villa Clara respecto al tema objeto de estudio. Se recomienda evaluar por criterio de especialista la propuesta de estrategia y que sea implementada.

Palabras Claves: Orientación Vocacional, Comunicación Social, estrategia de comunicación.

Abstract

The objective of this research is to design a communication strategy aimed at 11th grade students who opt for the Social Communication career of the pre-university Captain Roberto Rodríguez Fernández, from the province of Villa Clara. A qualitative methodological alternative is used, using Research-Action-Participation as a method. Intentional non-probabilistic sampling is used. The techniques used for data collection were: review of official documents, participant observation, in-depth interviews, questionnaires and group sessions. As a result, it is known that the main cause of student demotivation is the lack of social recognition of the career, in spite of the fact that there is a strategic planning of communication actions to promote Vocational Orientation. An orientation communication strategy is designed, taking into account the needs and potentialities of 11th grade students who opt for the Social Communication career of the pre-university Captain Roberto Rodriguez Fernandez, from the province of Villa Clara with respect to the subject under study. It is recommended that the strategy proposal be evaluated by specialist criteria and that it be implemented.

Keywords: Vocational Orientation, Social Communication, communication strategy.

Contenido

Capítulo I. Marco Teórico.....	6
1. Orientación Vocacional.....	6
1.1. Consideraciones teóricas generales sobre el término orientación.....	6
1.2. Orientación profesional, la orientación vocacional y la formación vocacional	8
1.2.1. La orientación profesional y la formación vocacional.....	9
1.2.2. La orientación vocacional	11
1.4. El problema de la elección autodeterminada en los estudiantes que cursan el preuniversitario	13
1.5. La adolescencia en la etapa de preuniversitario. Sus principales características.....	15
1.6. Comunicación: principales conceptos	18
1.7. Comunicación Social.....	20
1.8. Campo de actuación del comunicador social.....	23
1.9. Estrategia de Comunicación: Definiciones necesarias.....	28
Capítulo 2 Marco Metodológico	32
2.1. Descripción del escenario de investigación	32
2.2. Perspectiva metodológica.....	33
2.3. Método de Investigación	33
2.4. Tipo de investigación en comunicación	35
2.5. Categorías de Análisis	35
2.6. Selección de la muestra.....	37
2.7. Técnicas para la recogida de información	38
2.7.1. Revisión de documentos	38
2.7.2. Observación participante.....	39
2.7.3. Entrevista en profundidad	39
2.7.4. Cuestionario	41
2.7.5. Sesiones grupales.....	41
2.7.6. Grupo focal.....	42
2.8. Procesamiento de datos	42
2.9. Procedimiento seguido por el investigador:	43

2.10. Principios éticos de la investigación	45
Capítulo 3 Análisis de los Resultados.....	46
3.1. Análisis por técnicas	46
3.1.1. Revisión de documentos	46
3.2 Observación participante	54
3.3 Análisis de las entrevistas en profundidad.....	57
3.3.1 Entrevista en profundidad 1	57
3.3.2 Entrevista en profundidad 2	59
3.3.3 Entrevista en profundidad 3	60
3.4. Análisis del cuestionario	61
3.5. Análisis de la Sesiones Grupales	65
3.5.1. Sesión Grupal 1.....	66
3.5.2. Sesión Grupal 2.....	67
3.5.3. Sesión Grupal 3.....	68
3.6. Análisis integral de los resultados.....	69
3.7. Estrategia de Orientación Vocacional dirigida a los estudiantes de 11no grado que optan por la carrera de Comunicación Social del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández, Villa Clara	71
Conclusiones.....	89
Recomendaciones.....	90
Bibliografía.....	1
Anexos	4

Introducción

La comunicación es vital en todas las esferas de la vida y gran parte de los problemas existentes en las relaciones interpersonales se deben a posiciones incorrectas que se asumen en los procesos comunicativos.

El comunicador social está dotado de una formación integral en lo político, social, económico y cultural, lo cual le permite perfeccionar los procesos de comunicación en las diferentes organizaciones de masas y políticas.

Se puede ejercer la profesión de comunicador en diferentes campos, la carrera te prepara para que puedas investigar y realizar el diagnóstico de los procesos de la comunicación en entidades e instituciones culturales, sociales, económicas y comunitarias. Brinda la oportunidad de elaborar estrategias que permitan fortalecer la identidad e imagen de las diferentes entidades, así como desempeñarse en la esfera de relaciones públicas y ocuparse de la divulgación más efectiva de las acciones socioeconómicas y políticas del país.

Para una correcta elección profesional, ya sea hacia la carrera de Comunicación Social o cualquier otra es de vital importancia llevar a cabo un proceso de Orientación Vocacional donde se le imparta a los educandos la suficiente información acerca de las diversas carreras con la finalidad de una correcta elección.

Dentro del complejo proceso de formación y desarrollo de la personalidad, la Orientación Vocacional tiene un valor decisivo en la vida de las personas, pues constituye un conjunto de prácticas destinadas al esclarecimiento de la problemática vocacional. Se trata de un trabajo preventivo cuyo objetivo es proveer los elementos necesarios para posibilitar la mejor situación de elección para cada sujeto.

Por lo general, los destinatarios de la Orientación Vocacional son los adolescentes que se encuentran próximos a la finalización de sus estudios secundarios, debe realizarse de forma anticipada para que los estudiantes obtengan un mejor resultado en su toma de decisiones dado que existen muchas inquietudes que se generan al momento de explorar la vocación de un persona por ejemplo ¿Qué carrera estudiar?, ¿En qué universidad?, ¿Cómo obtener los diferentes recursos necesarios?, entre otras. La orientación vocacional permite explorar alternativas que ayuden a reflexionar al

respecto de estas cuestiones y buscar posibilidades para reunir los recursos personales, económicos e intelectuales necesarios para lograr una elección realista.

Cabe destacar que la búsqueda vocacional es una tarea personal donde cada individuo debe reconocerse como protagonista.

En este sentido hay que tener en cuenta que la vocación no es algo innato, sino que se desarrolla en plano de la acción, el conocimiento y la convivencia. Al adquirir diversas experiencias de modo consciente e inconsciente, el sujeto se convence de que puede elegir por sí mismo. Los profesionales que asisten a la Orientación Vocacional deben descubrir la singularidad de cada persona y acompañar su decisión, sin olvidar que la tarea implica una responsabilidad para ambas partes, la investigación sobre la historia personal, los gustos, las preferencias y las aptitudes son claves en el proceso.

Una correcta Orientación Vocacional puede traer consigo innumerables beneficios pues esta permite sensibilizar a las personas acerca de la importancia del proyecto de vida personal, orienta y fortalece los procesos de formación personal para la gestión adecuada del proyecto de vida y las elecciones futuras en lo profesional, social y familiar, permite en las personas reconocer sus aptitudes, capacidades, y las posibilidades de potenciación de cada una de estas.

Permite en los estudiantes procesos de identificación y reflexión sobre la identidad personal, las relaciones interpersonales y familiares, así como la pertenencia a ambientes educativos que contribuyan a su formación integral, a través de estrategias que permitan un cambio de posición frente a la propia vida y el encuentro con los demás.

Involucra a los estudiantes en procesos de reconocimiento y auto aceptación, como principio fundamental de la responsabilidad personal y social, educa a los estudiantes sobre los factores de riesgo que coartan el encuentro con el otro en la educación a nivel personal, familiar y social.

Fomenta actitudes comunitarias de convivencia, participación y sentido de pertenencia, por medio de la promoción del trabajo cooperativo y solidario, así como del uso del diálogo y comunicación efectiva y eficaz.

La deserción escolar constituye uno de los problemas más graves que enfrenta cualquier institución educativa independientemente del nivel de enseñanza que ofrezca, esta es una problemática que ha incidido en la disminución gradual del total de egresados durante los últimos tiempos, sobre todo en la enseñanza superior.

Entre las causas que tradicionalmente se le atribuyen al desarrollo de dicho fenómeno en este nivel de enseñanza, se encuentra: la desorientación de los estudiantes de nuevo ingreso sobre las estructuras, contenidos, organización y sistemas curriculares que van a enfrentar en esta etapa escolar.

Esto conlleva a que frecuentemente los educandos realicen elecciones profesionales precipitadas o inadecuadas, no afines a sus necesidades personales y sociales y arriben a la misma con expectativas erróneas que impiden su adaptación a las nuevas exigencias y condiciones de estudio y conducen finalmente al fracaso del proyecto de vida elegido.

Del análisis anterior se deriva la siguiente **situación problémica**: El proceso de Orientación Vocacional no está ejerciendo la debida influencia en los estudiantes que se preparan para ingresar a la Universidad. Debido a esto muchos adolescentes que han optado por la carrera de Comunicación Social presentan dificultades en el tránsito de esta lo que contribuye posteriormente a la desmotivación por la misma y los traslados hacia otras carreras. Es de vital importancia tomar ciertas medidas para minimizar esta problemática.

Problema de investigación:

¿Cómo contribuir a la Orientación Vocacional en los estudiantes de 11no grado que optan por la carrera de comunicación social en el instituto pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández?

Objetivo general:

Diseñar una estrategia de comunicación para la contribución al reconocimiento social de la carrera de Comunicación Social dirigida a los estudiantes de 11no grado del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández que optan por la misma.

Objetivos específicos:

- ❖ Diagnosticar el nivel de conocimiento que poseen los adolescentes de 11no grado del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández sobre la carrera de comunicación social.
- ❖ Identificar las necesidades de conocimientos de los adolescentes de 11no grado que optan por la carrera de comunicación social del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández.
- ❖ Promover la participación de los adolescentes en las diversas actividades o talleres para la potenciación de sus habilidades.

En el orden teórico la presente investigación permitirá la sistematización y profundización de los principales supuestos teóricos sobre la comunicación social y sus diversos campos de actuación, la orientación, la vocación, Orientación Vocacional y su importancia en el futuro de los educandos.

Desde el punto de vista metodológico, arroja un conjunto de métodos y técnicas a considerar para futuras investigaciones tanto para el diagnóstico como para la elaboración de una estrategia de comunicación que promueva la Orientación Vocacional a partir de las necesidades de los propios actores implicados en el proceso

En el orden práctico, esta investigación aporta un conjunto de resultados tanto al municipio como al departamento de Comunicación Social que les permitirá conocer las necesidades de conocimientos y orientación que presentan los educandos, además de que los proveerá de herramientas desde el punto de vista de la comunicación que podrán contribuir a un mejor desarrollo del proceso de Orientación Vocacional. De igual forma la estrategia propuesta contribuirá a que los estudiantes adquieran nuevos conocimientos sobre la carrera de Comunicación Social, sus ámbitos de estudio y actuación.

La novedad científica de la investigación radica en que es la primera vez que se realiza una estrategia de comunicación con este fin, además que significa un paso de avance para el proceso de Orientación Vocacional, tanto en el municipio como en la provincia, pues podrá servir de referente a otras carreras con similares dificultades, aunque se

debe adecuar a las características y necesidades de cada una. La pertinencia del tema se sustenta en la necesidad de realizar un trabajo preventivo y completo no solo con los estudiantes que cursan el 12mo grado sino desde enseñanzas precedentes.

La presente investigación se estructura a partir de tres capítulos. En el primero se ofrecen las principales definiciones teóricas de Orientación Vocacional, Comunicación y Estrategia de Comunicación, dejando claramente evidenciada las posturas que se asumen para la realización de esta investigación. El segundo capítulo hace referencia a los supuestos metodológicos que sustentan la investigación, donde se incluyen la alternativa metodológica asumida, el método, el tipo de estudio en comunicación, las categorías de análisis, la muestra, los instrumentos de recogida de información, así como el procedimiento para analizar la información. El tercer y último capítulo recoge el análisis de los resultados arrojados tras la aplicación de los diferentes instrumentos y además se presenta la propuesta de estrategia de comunicación diseñada a partir de los resultados del diagnóstico.

Capítulo I. Marco Teórico

1. Orientación Vocacional

1.1. Consideraciones teóricas generales sobre el término orientación

Desde los orígenes de la humanidad se han dado situaciones en las que los individuos se han ayudado unos a otros en los momentos de necesidad. De manera que la mayoría de las personas hemos encontrado en nuestra vida a otras que nos han ayudado en nuestra evolución y desarrollo personal y profesional. Por eso puede afirmarse que la orientación es tan remota como el género humano.

Como movimiento, la orientación surgió a inicios del siglo XX en los Estados Unidos, a partir de los trabajos de Parsons, Davis y Nelly (Bisquerra, 1996, citado en Carpio y Guerra, 2007). Desde su surgimiento, diversos autores se han encontrado con la dificultad para definirla en función de sus objetivos y campos de acción, por lo que su concepto, funciones y modo de planificación, han sido tratados desde diversos enfoques de forma imprecisa, problemática, y con frecuencia contradictoria (Martínez de Códés, 1998).

Desde esta perspectiva el autor señala que el término ha sido definido desde varias perspectivas: como proceso que ayuda a la persona a tomar decisiones vocacionales, como forma de asesorar al individuo para la resolución de problemas personales y/o sociales, como sistema o modelo de intervención que brinda asistencia al sujeto, y más recientemente, como eje transversal del currículo, presente en los actos que emprende el docente en el contexto escolar y extraescolar sus inicios, la orientación estuvo muy marcada por lo vocacional, de manera que sus límites no estaban muy precisos, comenzando en los años 20 del siglo XX un proceso de tránsito hacia el modelo clínico. Posteriormente, bajo la influencia del Modelo de Rasgos y Factores, el movimiento de Orientación Vocacional centró la intervención en los llamados “casos problemas” y en el fracaso escolar, haciéndose más clínica o individualizada la orientación (Del Pino y Recarey, 2005).

En el Diccionario de las Ciencias de la Educación aparece descrita la orientación desde el punto de vista psicológico y pedagógico, como un: “proceso de ayuda técnica

y humana dirigido al individuo para que alcance autonomía personal y madurez social". De acuerdo con esta definición se plantea que, valiéndose de recursos y técnicas específicas, la labor de orientación se basa en cinco principios básicos: la labor de equipo, el carácter procesal, el respeto a las diferencias individuales, es para todos los sujetos y es básicamente preventiva (2003, p.1054).

La acción de orientar es un hecho natural que ha estado siempre presente en todas las culturas y ha sido necesaria a lo largo de la historia para informar a las personas o ayudarlas a desarrollarse e integrarse social y profesionalmente. Según Molina (2002), fue Jones en 1964, uno de los primeros en centrar la orientación como una ayuda y asesoría para la toma de decisiones. De acuerdo con ello, Gustavo Torroella plantea que: "cada uno necesita ayuda en algún momento de la vida, en situaciones críticas en la adopción de determinadas decisiones, en sus proyectos de vida, aunque esto no significa solucionar o decidir por él, pues en este caso la orientación convertiría a los individuos en personas autómatas, indecisas, irresponsables" (Torroella, 1998, p.2).

Collazo y Puentes (1992), por su parte, consideran que, aun cuando bajo distintas formas y con diferentes definiciones se encuentra en la literatura el término orientación, un análisis de su definición ha conducido al consenso de entenderla como un proceso de ayuda, mediante un sistema de técnicas que contribuye al crecimiento personal para enfrentar la vida.

Se puede observar, que, a pesar de las diferentes posiciones desarrolladas en relación con el concepto de orientación, casi todas coinciden y aseguran que tiene como contenido principal la necesidad de ayudar al sujeto a conocerse a sí mismo y a su medio, desarrollar la capacidad de utilizar su inteligencia para tomar decisiones y aprovechar al máximo las potencialidades que se le ofrecen. Además, se señala su carácter sistémico, procesal regular, y la necesidad de orientación que tiene todo sujeto, que está presente en todas las etapas de formación de la personalidad y constituye un requerimiento imprescindible para su desarrollo.

De esta manera, se constata que a lo largo de la historia se ha revelado de manera tangible el vínculo que presenta el proceso de orientación con la educación de la

personalidad, posición esta que implica admitirla como un proceso continuo, dinámico, planificado y potenciador de capacidades humanas, factible para lograr en el sujeto la compatibilidad de sus aspiraciones personales y las necesidades sociales.

De esta forma, se asume la orientación conforme a las ideas de Torroella (1998), como una relación de ayuda o asistencia, mediante una serie de técnicas o tareas para el desarrollo de todas las potencialidades de la personalidad, que le permita al sujeto enfrentarse de forma madura a las diferentes situaciones de la vida.

Partiendo de una definición concreta del término, se constata en la literatura que, al tratar de encontrar la ubicación de la orientación en relación a la problemática de los individuos, varios autores distan entre ellos e intentan añadirle uno u otro adjetivo. De esta forma, condicionado por las posiciones asumidas por diferentes autores, algunos adjetivos que más comúnmente suelen añadirse al término, son: orientación educativa, orientación hacia la carrera, orientación familiar, orientación profesional, orientación vocacional, entre otros (Carpio y Guerra, 2007).

1.2. Orientación profesional, la orientación vocacional y la formación vocacional

En 1908 la ciudad de Boston, Estados Unidos, se inició un servicio de orientación profesional, constituyendo el primer centro profesional destinado a brindar asistencia a jóvenes que solicitaban ayuda para la elección de su profesión y orientarse en el mundo profesional (González, 2008).

El problema de la formación vocacional, la orientación profesional y la orientación vocacional, ha sido motivo de atención de psicólogos, pedagogos, maestros, e investigadores de todo el mundo. Estos se dirigen a resolver una problemática individual, pero más allá de lo psicológico permite proyectar desde el punto de vista social, un trabajo encaminado a encontrar un balance entre las categorías: individual y social.

Sin embargo, desde su surgimiento, existen variadas opiniones sobre tales definiciones, algunos autores las utilizan como sinónimas, otros intercalan los términos

o los emplean por separado.

Autores como Hedesa (1998), han definido uno u otro criterio y han abordado la temática científicamente diferenciando los términos orientación profesional y formación vocacional. Otros, valoran el término orientación profesional (Del Pino, 1998; Matos, 1998 y Decoro, 2000), mientras que otros como González, V. analizan primero la orientación profesional y posteriormente, la orientación vocacional (1994, 1999).

1.2.1. La orientación profesional y la formación vocacional

Ambos conceptos se han definido de muchas formas y en ocasiones se han usado indistintamente. Por una parte, la formación vocacional constituye un sistema de influencias educativas que estimulan el interés del sujeto a determinada esfera de la vida económica o social, o a carreras u oficios específicos. No obstante, “esa vocación o interés no es innato, ni hereditario, sino resultado de las vivencias del sujeto a través de la educación y la vida cotidiana y tiene un condicionamiento sociohistórico” (Mc Pherson, Del Pino, Manzano, González, C. y Bosh, 2009, p.75).

Según los autores anteriores, en el concepto de orientación profesional se puede incluir el proceso de formación vocacional, pero su definición apunta también a la preparación del sujeto para seleccionar una carrera, enfrentar el proceso de profesionalización e identificarse con ella.

Anteriormente se consideraba que este concepto de orientación profesional era una acción que correspondía solo a la etapa de la vida en que se iba a elegir una profesión. Afortunadamente este punto de vista ha ido quedando rezagado. Actualmente se piensa que la orientación profesional es un proceso durable que se debe ofrecer en todas las etapas de la vida, para que la elección profesional no sea un rápido recurso a una situación urgente para el cual el sujeto no tuvo un previo desarrollo

Según el Diccionario de las Ciencias de la Educación, la orientación profesional constituye una dimensión más de la orientación, y es percibida como un proceso técnico y humano que incluye la información y la formación vocacional. Aquí queda definida como “...un proceso de ayuda al sujeto para la decisión, formación y

ubicación profesional, que trata de integrar las exigencias personales con las necesidades sociales” (2003, p. 1057).

En Cuba, la temática de la orientación profesional, se enmarca en una etapa de estudios desde el enfoque personológico del psicólogo Fernando González Rey y sus concepciones teóricas sobre la tendencia orientadora de la personalidad (1983a, b, 1985, 1989). A partir de esto han aparecido numerosas e importantes investigaciones que han abordado tanto la formación de intereses profesionales, como el papel de la motivación en la orientación profesional (Becalli, 2003; Del Pino, 1998, 2004; Figueredo, 1997; González, 1995; González y Mitjans, 1987, 1989; González, 1994, 1997, 2004; Matos, 2003, 2006; Matos y Ulloa, 2002; Machado, 2001 y Montalvo, 2002).

En 1998 Del Pino concibe la orientación profesional como una relación de ayuda que se establece con el estudiante para facilitar el proceso de desarrollo de la identidad profesional del mismo, a través de diferentes técnicas y vías, integradas al proceso educativo general, según la etapa evolutiva, el contexto sociopolítico y la situación específica en que se encuentre (Citado en González, 2008).

Por la decisiva implicación que tiene en la vida futura, la formación vocacional y la orientación profesional no pueden concebirse como procesos espontáneos o como solo la tarea de brindarles información a los estudiantes sobre las carreras. Su finalidad es formar en los jóvenes verdaderos intereses profesionales, lograr un vínculo emocional con la profesión y una activa participación en el proceso de elección (González, 1983).

De acuerdo también con lo anterior, Martínez (2009), se refiere a la orientación profesional propiamente dicha como un proceso que dura toda la vida, enmarcado en la realización del proyecto personal de cada cual, y que constituye una ayuda al estudiante, centrada en la preparación para la vida laboral activa.

En estudios realizados por González (1993), la autora asume una concepción de orientación profesional como proceso educativo, en tanto hace referencia a que el desarrollo profesional como expresión del desarrollo humano es susceptible de ser potenciado en los contextos sociales en que transcurre la vida del hombre.

Desde este enfoque, se asume que la orientación profesional tiene como finalidad máxima el logro de la autodeterminación profesional y la formación, desarrollo y consolidación de motivos, aspiraciones, intereses e intenciones de tipo profesionales, tarea en la cual participan todos los agentes educativos: la escuela, la familia y la comunidad (Matos, 1998; González, 1999).

Finalmente, asumiendo tales criterios, se concibe la orientación profesional, “como un proceso que transcurre a lo largo de la vida del sujeto atravesando diferentes momentos o etapas las cuales no se corresponden exactamente con determinadas edades o niveles de enseñanza, sino que transcurren en dependencia del nivel de desarrollo de la personalidad logrado por los sujetos y el momento de su inserción en la enseñanza profesional y en la vida laboral...” (González, 1999, citado en Matos, 2003a, p.13).

Los temas de formación vocacional y orientación profesional son tratados tomando como base la necesidad de comenzar a orientar desde la infancia, pues del trabajo que realicen los profesores, la familia y otros sectores educativos, depende mucho que los adolescentes puedan realizar una elección consciente y autodeterminada de la profesión.

1.2.2. La orientación vocacional

En un sentido limitado, “la vocación implica la conjunción de aptitudes, intereses, y actividades que tipifican un modo de vida. Mientras que, en un sentido abarcador, se entiende vocación como “...la inclinación o afición predominante, con tendencia a la permanencia y estabilidad”. (Diccionario de las ciencias de la Educación, 2003, p.1407).

Para Martínez-Otero (2001), la vocación se refiere a la inclinación del sujeto hacia un estado personal, social y laboral. Esta definición refiere que a pesar de que en muchas ocasiones la vocación llega a ser la profesión misma, no hay que perder de vista otras posibilidades personales, sociales o religiosas. Este autor, mantiene, además, que la vocación se extiende a lo largo de la vida, lo que hace necesaria la orientación desde la infancia y posteriormente, pues su evolución no termina con el retiro, sino que en ocasiones emerge justamente cuando cesa la actividad laboral estipulada.

De esta forma, es concebida la vocación como la inclinación hacia una determinada profesión a partir de las propias características de la persona y la influencia ejercida por la sociedad, lo cual condiciona el comportamiento en relación con la elección de una carrera y/o el desempeño en ella (Cueto, 2010).

Se entiende entonces la necesidad de perfeccionar la vocación y orientar en el transcurso de la vida, por lo que es tarea de padres y maestros detectar las habilidades específicas de los niños desde pequeños y dirigirlos a perfeccionarlas, facilitándoles así una mejor adaptación a la sociedad en que viven.

En función de esto, surge la orientación vocacional, que desde sus inicios es definida como un proceso de ayuda para la elección y desarrollo profesional; a partir del surgimiento de las teorías evolucionistas se destaca su carácter procesal y su extensión a lo largo de la vida del sujeto, pero el énfasis fundamental de la orientación se hace en las etapas previas al ingreso del estudiante a un centro de formación profesional, por lo que su trabajo se limita a la preparación del sujeto para la elección de la carrera.

Hacia la década de 1930 queda definido el término orientación vocacional como: "el proceso de asistencia individual para la selección de una ocupación, preparación para la misma, inicio y desarrollo en ella" (Fitch, 1935, citado en González, V. 2002, p. 2). En esta temprana definición, se incluye la idea de que la orientación vocacional no encierra solo la preparación para la selección de una ocupación (o carrera), sino también la "asistencia individual" para ayudar en el inicio y desarrollo en la misma, esto resulta interesante, pues el desarrollo histórico posterior tomó poco en cuenta el papel de la orientación en el proceso mismo de la formación universitaria.

Se puede definir entonces, la Orientación Vocacional como un proceso de ayuda al orientado para que, al conocerse a sí mismo y al mundo del trabajo, se prepare y acceda a la profesión adecuada a sus aptitudes, intereses y rasgos de personalidad, teniendo en cuenta las posibilidades de estudio y de trabajo existentes (Aguirre, 1996).

A partir del análisis realizado, se considera que, desde las posiciones teóricas asumidas actualmente en Cuba, pueden identificarse con prioridad en los diferentes términos abordados la necesidad de preparar a niños, adolescentes y jóvenes para

una elección profesional autodeterminada, que contribuya a desarrollar la vocación.

No es de interés adentrarse en la discordancia que existe entre formación vocacional, orientación profesional y orientación vocacional, pues se considera que ello no significa una debilidad teórico-metodológica en el plano científico, sino que, dada su interrelación sistémica, en ocasiones se abusa de unos u otros. (Matos, 2003a).

1.3. La elección profesional como dilema para los adolescentes

La orientación profesional vocacional es un proceso continuo que se expresa con nitidez, en primer lugar, en el momento de la elección profesional, lo cual constituye un problema complejo para los adolescentes a nivel mundial.

La adolescencia, en términos generales, se caracteriza por significativos cambios biológicos, por una posición social intermedia entre el niño y el adulto, en cuanto a estatus social, ya que el adolescente continúa siendo un escolar, depende económicamente de sus padres, pero posee potencialidades psíquicas y físicas muy semejantes a la de los adultos.

En la adolescencia la actividad principal es el grupo, pero específicamente de 15 a 17 años (edad escolar mayor) la actividad rectora es la profesional, gracias a la cual en los alumnos de los últimos grados se forman determinados intereses cognoscitivos y profesionales, los elementos de las habilidades investigativas, la capacidad para elaborar los planes de la vida y crear los ideales de la moral y la autoconciencia. (Domínguez, 2006).

Es entonces que se constituye un problema la determinación para cada adolescente de la elección de su profesión en esta difícil etapa. ¿Cómo podríamos contribuir a una elección autodeterminada?

1.4. El problema de la elección autodeterminada en los estudiantes que cursan el preuniversitario

Es en la adolescencia cuando el muchacho va a tener que empezar a decidir cuál va

a ser su futuro y a forjar su identidad social. Esta tarea le resulta difícil, pues tiene que decidirse en plena crisis puberal y psicológica: cambios corporales, inseguridad, deseos de independencia y cambios continuos de intereses, etc., que van a complicar notablemente su decisión (Aguirre, 1996).

La conformación de la identidad profesional es un proceso contradictorio, que se da a lo largo de la vida y que conlleva momentos de incertidumbre, frustración y hasta reorientación.

En tal sentido, la selección de una profesión es algo complejo en cualquier edad. Lograr la continuidad de estudios luego de terminado el nivel de enseñanza medio, se convierte en una exigencia para la escuela, la familia y especialmente para el educando.

Los adolescentes tienden a presentar problemas en el período en que deben determinar su futuro profesional, pues este debe concretarse precisamente en esa etapa del ciclo vital del ser humano que lleva implícito grandes cambios, preocupaciones, conflictos y situaciones que ponen al adolescente en posiciones vulnerables. (Ibarra, 2003).

El adolescente es inseguro, tiene muchas dudas y teme equivocarse. Elegir les resulta difícil porque está demasiado cerca y a veces, viviendo su interioridad por encima de todas las cosas, una decisión en función de las oportunidades que le ofrece la sociedad, cuando el tiende en ese período a autoanalizarse, a crear un mundo de fantasía y su imagen de la realidad está permeada de sus vivencias personales (Ibarra, 2003).

El adolescente siente una fuerte necesidad de encontrar un lugar en la vida social, por lo que la elección de la futura profesión, además de constituir un aspecto socialmente significativo, adquiere un sentido profundamente personal. En esta etapa los adolescentes precisan ayuda, guía, apoyo emocional, y corresponde a los adultos, sobre todo profesores y la familia brindarles apoyo de forma que favorezca su personalidad en desarrollo.

Al respecto, la orientación hacia la elección de la profesión, no solo debe estar encaminada a brindar información acerca de las diferentes profesiones; sino que debe ayudar a los jóvenes adolescentes a erradicar sus dudas y sus temores sobre su

continuidad de estudios; debe formar un sujeto activo capaz de autodeterminarse a partir del conocimiento de la realidad social en que vive.

Es notable entonces que se realice un análisis sobre las características de la etapa por la que transitan los adolescentes al mismo tiempo que deben prepararse para elegir su futuro profesional, situación que se convierte en un dilema. Teniendo en cuenta los cambios físicos, psicológicos y sociales que tienen lugar en él y su entorno.

1.5. La adolescencia en la etapa de preuniversitario. Sus principales características

El desarrollo humano es un proceso largo que pasa por diferentes períodos durante los cuales se van produciendo cambios biológicos, psicológicos y sociales. Una de estas etapas de gran trascendencia para la vida humana es la adolescencia, la cual se suele caracterizar, de modo general, como el período de transición entre la niñez y la edad adulta.

La adolescencia es la etapa de la vida en la que muchos autores enmarcan diferentes márgenes de edad variando de un autor a otro, pero por lo general suele fijarse entre los 11-12 años y los 18 - 20 años. Por supuesto, este amplio rango de edades implica la existencia de diferentes momentos con distinta problemática en la vida de los adolescentes y, por esta razón, es común diferenciar entre una "adolescencia temprana" (11-14 años) y una "adolescencia tardía" o juventud (15 - 20 años) (Fábregas, 2009).

Este período puede resultar problemático, pues de cierta forma, el sujeto se encuentra vivenciando una unidad indisoluble y dinámica de elementos personales y ambientales, se enfrenta a nuevas situaciones provenientes de sus relaciones con el mundo circundante y vivencia cambios que pueden entrar en contradicción con las representaciones que ya tiene de la realidad, produciéndole conflictos internos o crisis.

El comienzo de la adolescencia viene marcado por modificaciones físicas muy evidentes que constituyen lo que se denomina las transformaciones puberales. En cuanto a la esfera afectivo motivacional, se producen intensos cambios y surgen

nuevas necesidades que van a matizar el comportamiento del adolescente en cada uno de sus contextos de actuación (Blanco y Cueto, 2010).

La literatura expresa que los límites entre los períodos evolutivos no son absolutos y están sujetos a variaciones de carácter personal, el ingreso al nivel medio superior tiene lugar en un momento crucial de la vida del adolescente: el período de tránsito hacia la juventud. Según González, F. (1993), los adolescentes que cursan el preuniversitario experimentan necesidad de independencia, de autoafirmación, de comunicación, de identidad, de realización, de valoración y de contacto con el otro, aceptación en el grupo, entre otras cosas que caracterizan este período de sus vidas, donde enfrentará emociones nuevas relacionadas con sus cambios físicos y sexuales.

Desde el punto de vista de la actividad intelectual, se encuentran potencialmente capacitados para realizar tareas que requieran de una alta dosis de trabajo mental, de razonamiento, de iniciativa, independencia cognoscitiva y creatividad; posibilidades estas que “se manifiestan tanto respecto a la actividad de aprendizaje en el aula, como en las diversas situaciones que surgen en su vida cotidiana” (Fábregas, 2009, p. 23).

Por otra parte, se hace referencia en la literatura a los llamados “agentes de enculturación” del adolescente (familia, grupo, escuela, etc.), los que se encargarán de transmitirle conocimientos y de proporcionarle una identidad individual y grupal.

Al respecto, Grinder (1989), se refiere a que en estos lugares los adolescentes van a adquirir un rol social y profesional, que necesariamente les va a transmitir una serie de valores y patrones culturales.

En esta etapa, la autoconciencia adquiere un carácter más generalizado, permitiéndole al adolescente una mayor objetividad en sus juicios, así como en la valoración de sus propias cualidades y las de otras personas, aspecto que influye de manera significativa en el desarrollo de su autovaloración (Atalí, 2010).

También, en estas edades es muy característico el predominio de la tendencia a realizar apreciaciones sobre todas las cosas y se alcanza una mayor estabilidad de los motivos y puntos de vista propios, de manera que se van haciendo más conscientes de su propia experiencia y la de quienes lo rodean. Tiene lugar así, la formación de convicciones que entran a formar parte de su concepción moral del mundo (Atalí,

2010).

Los intereses también sufren cambios, haciéndose más amplios, profundos, fuertes y estables. Aparecen intereses de tipo cognoscitivo, orientándose hacia los descubrimientos científicos, la literatura científico-técnica y otros. Comienza la inclinación hacia una determinada rama del saber, y ya en la enseñanza media superior, unos adolescentes un poco antes y otros después, se interesan seriamente por la elección de su futura profesión y por encontrar un lugar en la vida (Fábregas, 2009).

En todos los individuos estas características no se dan con la misma intensidad, sino que varían de uno a otro en dependencia de sus cualidades psicológicas, la crianza recibida y el medio que le rodea. De esta forma, el problema de la elección tampoco se da con las mismas características. Los hay, aunque son los menos, en los que la decisión es rápida y segura sin necesidad de mayor deliberación, porque las condiciones en la escuela y la familia lo han favorecido. Para otros, es un proceso lento del que sólo pueden salir adelante con una ayuda experta; mientras que para otros, el problema de la elección se torna una situación conflictiva que pudiera ser un indicador de un pobre desarrollo personal (Cortada, 1991).

Actualmente existe consenso en cuanto a considerar a la adolescencia como un momento clave en el proceso de socialización del individuo, por la situación social del desarrollo que caracteriza esta etapa y que ha sido abordada con anterioridad.

Por todo lo anteriormente expuesto se deriva que debido a las características de la etapa por la que transitan los adolescentes justamente en el tiempo que deben prepararse para elegir su futuro profesional, esta situación se convierte en un dilema, teniendo en cuenta los cambios físicos, psicológicos y ambientales que tienen lugar en él y su entorno.

Para lograr una elección correcta y transitar con éxito este proceso es fundamental lograr una buena comunicación, pues esto permitirá la adquisición de nuevas informaciones, el intercambio de criterios y un aprendizaje constante.

1.6. Comunicación: principales conceptos

La sociedad no se concibe sin comunicación, este ha sido un fenómeno tan antiguo como el hombre mismo y se ha desarrollado como proceso al ritmo del desenvolvimiento del individuo como ser social. La comunicación ha dejado de ser solamente un intercambio de información para convertirse en complejos sistemas que facilitan e impulsan los procesos sociales. Se trata justamente de la relación entre los individuos, por lo que este concepto se encuentra estrechamente vinculado a la interrelación de las personas en función del logro de objetivos comunes.

No es sino hasta el siglo XX, que no aparecen las primeras investigaciones especializadas sobre este tema. Su surgimiento estuvo muy ligado a la aparición de los medios de difusión masiva

El proceso de la comunicación según Martín Serrano (1991) es una actividad muy antigua toda vez que la aptitud para servirse de la información en la interacción la poseen especies animales que han antecedido al hombre en millones de años.

El término se deriva de la raíz latina comunis, que significa poner en común y expresa la esencia de un proceso sociocultural básico existente en diferentes medios, entre un número diverso de actores sociales que producen y hacen uso de la información de manera privada o pública. Siendo vista la comunicación como un proceso donde participan más de uno.

Se propone comenzar el análisis de las diferentes posturas asumidas por los distintos autores con la adoptada por el psicólogo norteamericano Charles Egerton Osgood (1954), quien afirmó que “tenemos comunicación siempre que una fuente emisora influencia a otro (destinatario) mediante la transmisión de señales que pueden ser transmitidas por el canal que los liga.” (Osgood, 1954, citado en Hernando. U., 2008, p. 56)

Este autor asume la comunicación como la simple transmisión de informaciones que van desde un emisor hasta un receptor, donde influye siempre el primero sobre el segundo y limitando a quien recibe al otorgarle un papel pasivo en el proceso. Por tanto, la concepción trasmisiva de la comunicación intenta explicar el proceso comunicativo desde el punto de vista reduccionista.

Por otra parte, Luis Ramiro Beltrán (1981) desde la perspectiva de entender el fenómeno comunicativo como un intercambio recíproco, define la comunicación como el proceso de interacción social democrática basada en el intercambio de signos por el cual los seres humanos comparten voluntariamente experiencias bajo condiciones libres e igualitarias de acceso, diálogo y participación.

Es de los estudios latinoamericanos de donde provienen los mayores aportes en cuanto al carácter participativo de la comunicación. Estos desarrollaron sus proposiciones teniendo como núcleo fundamental la participación y la multidireccionalidad. De esta forma pueden intercambiarse los roles de emisor y receptor en un proceso de construcción de significados.

Freire (2004) se refiere a que “ la comunicación es educación, es diálogo”, la comunicación verdadera no es transferencia o trasmisiones del conocimiento de un sujeto a otro, sino su coparticipación en el acto de comprender la significación del significado. Es una comunicación que se hace críticamente.

Por su parte Antonio Pasquali (1990) plantea que solo es auténtica comunicación la que se asienta en un esquema de relaciones simétricas, en una paridad de condiciones entre trasmisor y receptor, y en la posibilidad de oír uno al otro con mutua voluntad de entenderse.

El autor hace referencia a la necesidad de alternar los roles en el proceso comunicativo como un proceso que implica bidireccionalidad, dándole gran valor a los actores involucrados, colocando tanto al emisor como al receptor en igualdad de condiciones.

Por esto la comunicación no implica imponer un criterio, sino que tiene como base el diálogo lo que le permite a las personas intercambiar criterios, opiniones, puntos de vista sin cuestionarse uno al otro sino de manera participativo.

José Ramón Vidal (2000) al enfrentarse a la contradicción que implican estas acepciones, expresó su definición a partir de dos posiciones teóricas:

a) La comunicación como proceso vertical, unidireccional, que tiende al control, a la dominación.

b) La comunicación como proceso horizontal, multidireccional, que es por esencia participativo.

Es de esta forma que Vidal logra sintetizar ambos enfoques, los que con seguidores y detractores son utilizados en la actualidad, cada uno con propósitos y resultados diversos.

En esta investigación se comparte el criterio del cubano Manuel Calviño (2004) al asumir la comunicación como: “el sistema de interacciones entre personas, que actúan como sistema abierto y móvil para garantizar la posibilidad de distribución y redistribución de las funciones participantes, el intercambio de roles durante la solución del problema, la cooperación o contraposición mutua, la corrección, y que transcurre en dependencia de cómo se forman las relaciones entre sus participantes”. (p. 38)

El profesor Calviño infiere en esta definición el componente participativo de la comunicación en tanto incluye la interacción, flexibilidad, coordinación y el desarrollo de roles permutables en el proceso comunicativo.

1.7. Comunicación Social

La Comunicación Social es un campo de estudios interdisciplinarios que tiene como principal objeto de estudio los procesos comunicativos. Es la especialidad que gestiona la comunicación en los diversos niveles y ámbitos de la sociedad cubana, sean estos espacios institucionales, comunitarios, mediáticos, gubernamentales, lucrativos o no, a fin de contribuir al desarrollo sustentable y mejor desempeño de las entidades, así como su adecuada vinculación con la sociedad sobre bases éticas que aseguren la conservación y enriquecimiento del patrimonio social y cultura, la educación y orientación comunitaria y ambientalista de la población, y el fortalecimiento de la identidad y los valores de la cultura nacional.

Según Alonso (2000) es un campo de conocimiento relativamente joven, pero extraordinariamente dinámico que a partir de los aportes provenientes de numerosas ciencias sociales intenta explorar, explicar e interpretar la naturaleza de la interacción comunicativa en los diferentes niveles y ámbitos de la actividad humana.

A decir Díaz (1985) es un proceso en el que intervienen dos o más seres o comunidades humanas que comparten experiencias, conocimientos, sentimientos, aunque sea a distancia, a través de medios artificiales. En este intercambio los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria. (Díaz,1985, p2)

Según Pérez (2002) como profesión la Comunicación Social (en algunos países el Periodismo, como carrera académica, recibe el grado de Licenciado en Comunicación Social) es un programa de educación superior, que busca formar profesionales poseedores de gran fluidez y facilidad para expresarse oralmente o por escrito. Que posea capacidad de síntesis y análisis periodístico con visión de la realidad presente y futura del hombre y la sociedad, que esté siempre abierto a los avances en el campo comunicacional.

Es por este motivo que el graduado en comunicación social cuenta con la capacidad para encargarse del estudio y gestión de los procesos comunicativos que se producen en el interior de las organizaciones mediáticas, y a la concepción de estrategias y campañas de bien público o promocionales, en sentido general.

Las primeras experiencias de formación del profesional de la comunicación en Cuba están ligadas al desarrollo de la publicidad en el país, con la creación de la Escuela Profesional de Publicidad en 1954, institución que coexistía con academias privadas dirigidas principalmente al ejercicio práctico de la publicidad. En ese propio año se crea la Asociación Nacional de Publicitarios y Propagandistas como colegio de los profesionales del sector.

En el campo de las Relaciones Públicas se lograron avances en el país que dieron lugar a la creación de la Asociación Cubana de Ejecutivos de Relaciones Públicas, ACERP.

A partir de 1959 los medios masivos serían contemplados dentro del proceso de nacionalizaciones que abarcaba a todos los sectores de la economía del país y la Escuela Profesional de Publicidad dejaría de existir en 1960.

Desde entonces y hasta fines de los años 80, existieron diferentes organismos y entidades que, aunque no funcionaron como centros docentes directamente

vinculados a la publicidad, sí permitieron que un grupo importante de creativos publicitarios, diseñadores gráficos y fotógrafos actualizaran saberes para mantenerse ejerciendo fundamentalmente en tareas de propaganda.

La carrera tiene como principal objeto de trabajo los procesos de comunicación en niveles interpersonal, grupal, organizacional y social en espacios comunitarios, institucionales y masivos.

Entre sus principales campos de acción se encuentran:

- Comunicación institucional
- Comunicación educativa y comunitaria
- Docencia e investigación
- Gestión de comunicación de medios

Sus principales esferas de actuación:

- OACE
- Organizaciones políticas y de masas
- Instituciones comunitarias
- Instituciones docentes e investigativas
- Entidades lucrativas y no lucrativas
- OLPP

Objetivos generales de la carrera:

- 1- Ejercer su profesión en el campo de la comunicación social sobre la base de los sólidos principios y valores patrióticos, éticos y morales que corresponden a la concepción marxista del mundo y sustenta su participación comprometida en la construcción y defensa de nuestro proyecto social.
- 2- Gestionar la comunicación en ámbitos comunitarios, institucionales y mediáticos con riguroso cumplimiento de la ética profesional y en función del desarrollo del país, lo que implica: conceptualizar, implementar, controlar y

evaluar políticas, estrategias, procesos y productos comunicativos, aplicando para ello las bases históricas y teórico-metodológicas del campo.

- 3- Emplear creativamente las tecnologías de la información y la comunicación, asumiendo los retos del desarrollo científico técnico en el área de su actividad en el ámbito nacional e internacional.
- 4- Dominar la lengua materna en forma oral y escrita, como instrumento fundamental en el desempeño de su actividad profesional, y emplear adecuadamente un idioma extranjero en la lectura, redacción y comunicación oral para sus actividades profesionales.

1.8. Campo de actuación del comunicador social

Al ingresar a la universidad y cursar la carrera de comunicación social en la mayoría de los casos visualizan en su mente imágenes de camarógrafos y reporteros de guerra, se ven reflejados en la pantalla de televisión cada vez que pasan el noticiero y se preguntan cuándo estarán haciendo un programa televisivo de calidad. Quizás los más intelectuales se imaginan en una foto a todo color de una revista escribiendo los artículos más interesantes del país, o puede que la entrada a una emisora sea su meta final.

Los medios son espectaculares, las personas te quieren y te respetan, eres el centro de atracción muchas veces y conoces a personas interesantes, pero realmente no es la única opción alternativa, pues la comunicación tiene varios campos donde se puede brillar no solo como una personalidad mediática, sino como un profesional creativo y funcional, valorado por su criterio y liderazgo.

Ana María Lalinde ha explicado que “en el caso de la comunicación, es claro que la profesión es anterior al campo educativo que se conforma a su alrededor (...) Y esto remite al hecho de que “un campo educativo, o sea, el conjunto de prácticas educativas que buscan difundir el conocimiento sobre una profesión, se ha conformado a partir de lo que la sociedad ha ido definiendo como prácticas profesionales legítimas, objetivables o no; es decir, enseñables en currículos explícitos, pero también,

aprendidas en términos de generalización de lo que llamaríamos, los 'intangibles' de la profesión, o sea, las ideologías que la envuelven" (1989, p.116).

Según la interpretación de Fuentes Navarro, también "es posible diferenciar entre los 'saberes prácticos' que se han aprendido, pero no se han enseñado, y aquellos que debido a su objetivación pueden enseñarse" (1997, p.4).

Orozco reconoce claramente la relación existente entre sociedad y universidad, pues "la conformación del campo educativo de la comunicación se realizó a partir de legitimar sólo ciertas prácticas profesionales. En su mayoría fueron aquellas que eran funcionales al desarrollo capitalista de los modernos medios masivos y por tanto eran prácticas que interesaban principalmente a los grupos que controlaban (y controlan) esos medios. Prácticas que deberían posibilitar su expansión y consolidación como empresas económicas y no sólo como instituciones culturales" (1989, p.4).

En otro texto señaló: "la conveniencia de abandonar, como objetivo principal, la adecuación de la formación universitaria de profesionales de la comunicación a los requerimientos del mercado de trabajo, para centrar el esfuerzo en captar y traducir adecuadamente en los currículos las necesidades de comunicación de la sociedad civil" (1990, p.25).

Ese reto, aunque vigente hasta la actualidad, ha sido materializado parcialmente, con más o menos coherencia y respaldo, por universidades y centros de investigación en diversos escenarios universitarios y sociales. Los contenidos y cursos sobre teoría de la comunicación, han aportado un basamento interesante para entender y pretender otras prácticas comunicativas y, por ende, otra formación al respecto. Como complemento, se han ido abriendo paso temas de comunicación popular, comunicación comunitaria, comunicación alternativa, entre otros.

El currículo académico que compete a las ciencias de la comunicación requiere ser examinado y actualizado permanentemente. Fuentes Navarro señala en tal sentido: "las nuevas realidades planteadas por una práctica comunicacional que se desarrolla mucho más de prisa que los conceptos teóricos que la deben explicar, muy especialmente en lo relativo a los avances tecnológicos y su imposición imperialista,

obligan a las escuelas de comunicación a transformar, a veces radicalmente, su currículo y en ocasiones hasta sus objetivos fundamentales” (1987, p.78).

El autor defiende la formación de profesionales de la comunicación a partir de la construcción de un modelo dinámico de diseño curricular, lo cual implica una formación coherente con la realidad comunicacional que viven nuestros países y la preparación de profesionales que contribuyan efectivamente a su transformación. Esta concepción supone una renovación en las prácticas de enseñanza y de aprendizaje sobre la comunicación a través de procesos y modelos de comunicación educativa. Enfatiza que “cuando se trata de comunicación (...) es ineludible reconocer, en principio, que no se trata con objetos sino con sujetos, y esto es fundamental para dimensionar éticamente toda actividad al respecto” (1987, p.84). Es así que plantea una condición fundamental para el establecimiento y práctica de un currículo dinámico de comunicación: “la participación activa y comprometida del estudiante en el proceso de su aprendizaje” (1987, p.86). Esto conlleva a un desplazamiento “de la enseñanza al aprendizaje, de la información a la investigación, de la repetición a la teorización, de la competencia individualista a la colaboración solidaria y de los ejercicios mecánicos a la práctica creativa” (1987, p.87).

Restrepo de Guzmán (1989), por su parte, afirma que uno de los ejes problemáticos en el avance curricular en comunicación radica en el poco desarrollo de procesos educativos propios, dada la corta trayectoria de la enseñanza de la comunicación. A partir de ello considera necesario establecer un diálogo con estudiosos de los procesos pedagógicos que estén dispuestos a embarcarse en una reflexión conjunta con los comunicadores, en aras de buscar formas apropiadas para la enseñanza específica de la comunicación.

Atendiendo al perfil del comunicador Fuentes Navarro señala: “las condiciones en que los egresados se incorporan al ejercicio profesional y las tendencias que la propia dinámica social va señalando como decadentes, predominantes o emergentes es una fuente imprescindible de información que, en el contexto de los valores y propósitos asumidos institucionalmente en cada universidad, debería fundamentar el perfil del comunicador y orientar dinámicamente el diseño curricular” (1987, p.82).

La elaboración del perfil debe considerar además su grado de amplitud, determinado por las conceptualizaciones de sus profesiones. Cada vez es más necesaria la formación en múltiples dimensiones, que no implica la simple adición de asignaturas y programas al currículo, sino el desarrollo y apropiación de aspectos de la cultura actual (profesional, científica, técnica, humanista, social) que integrarán la formación profesional del sujeto.

En el campo de la comunicación, el debate entre la formación de un comunicador generalista o un comunicador especialista se sustenta en razones bien definidas: “los que suscriben la necesidad de volver a la formación humanística, porque temen que los estudiantes se conviertan en simples técnicos y operadores y pierdan el marco general de sus conocimientos y el sentido social de su carrera. Los que sustentan la especialización argumentan la necesidad de enfrentar los retos de una vertiginosa innovación tecnológica y de las exigencias del mercado” (Quiroz, 2007, p.177). Más allá de esta disyuntiva, diversos autores focalizan el debate sobre la formación del comunicador como intelectual ubicado, capaz de insertarse en el contexto y el momento histórico para comprender los fenómenos que aborda.

La propuesta del comunicador como intelectual no significa un vuelco a los modelos de formación profesional centrados en las amplias competencias humanísticas, y a las cuales se subordinan las habilidades específicas de la profesión. Por el contrario, se trata de un replanteamiento de las relaciones entre comunicación y sociedad que debe estar presente en la formación de comunicadores. La universidad se convierte así en mediadora entre la formación profesional, la generación de saberes y los cambios sociales.

La investigación es una práctica capaz de lograr tales propósitos. De ahí la importancia de ubicar su enseñanza en los planes de estudio de los comunicadores y velar por su ejercicio responsable y aportador, no solo a la práctica profesional, sino también a la sociedad y sus acuciantes problemáticas.

Muchas veces en vez de criticar lo que está mal hecho, nos podemos convertir en agentes de cambio, de manera que podamos sentirnos orgullosos de ser un actor y no un simple espectador.

Como se hacía mención anteriormente la Comunicación Social tiene innumerables campos de actuación según Vázquez (2001):

Comunicación – Mercadólogo: Es un profesional que a partir de la información sobre los consumidores, puede construir una estrategia de comunicación multicanal capaz de llegar a cada segmento con un único mensaje. Con una sólida orientación hacia la práctica y el análisis de casos reales, de las pautas necesarias para la toma de decisiones que permitan plantear estrategias comunicacionales al accionar un programa integrado, guiando la planificación, la coordinación y controlando el proceso completo de comunicación. Para ello promueve el estudio de la aplicación de la combinación de herramientas de marketing y comunicación, reconociendo el rol estratégico de cada una y combinándolas en un plan genérico para ofrecer un impacto comunicacional máximo.

Comunicador – Relacionista Corporativo: Es un profesional preparado para planificar, implementar y evaluar acciones tendientes a optimizar las relaciones de organizaciones públicas y privadas con sus diferentes públicos, para ello realiza estudios de investigación cuantitativos y cualitativos, especialmente todo tipo de relevamiento de la opinión pública y auditorias de imagen institucional. Está plenamente formado y capacitado para optimizar las comunicaciones empresariales con todos sus contactos, incluyendo personal, cliente, proveedores, accionistas, prensa, organismos gubernamentales, comunidad de vecinos y el público, así como también de proporcionar asesoría a la alta dirección en temas de comunicación, responsabilidad social e imagen, además de ser el organizador de eventos especiales y acciones comunitarias.

Comunicador - Periodista: Es la profesión de quienes están preparados para informar, comentar y orientar a la opinión pública, a través de un medio de comunicación periódicamente, los sucesos, problemas y anuncios que son de interés general para la sociedad, los que son difundidos públicamente en diferentes soportes, buscando con esta labor alcanzar el bien común. El periodista es un lector incansable, un hombre con habilidades, sin largos estudios de investigación, pero con apego a la verdad y a la objetividad, para alcanzar la mayor certeza posible y todo ello, provisto de profundo

sentido ético y moral acentuando espíritu de servicio. Su campo de acción va más allá de las salas de redacción o las oficinas de información de empresas públicas o privadas, pues hoy tiene acceso a la carrera diplomática, a las fuerzas armadas y policiales, pero sobre todo a ser profesionales independientes a través de sus propias empresas editoriales, programas de radio o televisión o diarios virtuales, que se han convertido en los de mayor lectoría en el ciber-espacio.

Comunicación para el Desarrollo: Es un profesional que luego de analizar e investigar las dimensiones de la problemática social, aplica técnicas de diseño, ejecución y evaluación de la comunicación estratégica, contribuyendo a lograr los objetivos y la sostenibilidad de los resultados de los proyectos de desarrollo, en los campos de: salud, género, ciudadanía, medio ambiente. Asimismo, este profesional se encuentra en la capacidad de dirigir proyectos, programas o intervenciones eficaces propiciando el establecimiento de relación con los beneficiarios, utilizando métodos participativos de investigación y planificación, implementando campañas, así como la producción de material educativo y la planificación de talleres y/o capacitación.

Publicidad: Arte, ciencia y técnica utilizados convenientemente en la realización oral, visual o impresa de un mensaje con fines comerciales, que informa de un producto, servicio o beneficio y despierta en el destinatario deseo de adquisición. Sistema de comunicación por difusión que hace uso de todos los medios masivos, y aplica técnicas de psicología y de sociología con miras a una venta.

Propaganda: Difusión de mensajes con fines de ganar seguidores para una causa social, política o religiosa, sin ánimo de lucro, y cuya técnica es similar a la empleada en campañas de publicidad. Se ha creído que el desarrollo de las sociedades inmuniza contra la propaganda.

1.9. Estrategia de Comunicación: Definiciones necesarias

Las estrategias de comunicación generalmente son utilizadas a modo de guía y orientación en la realización de acciones para cumplir objetivos.

Según Pérez (1989) El término estrategia remonta sus inicios al siglo V a C. y en aquellos entonces se encontraba ligada al ámbito militar. Este término es el resultado de dos grandes líneas o trayectorias históricas con diferentes maneras de concebir y ejecutar la estrategia, una en Grecia, donde aparece el término, la otra tendrá su origen en China. La primera está ligada al uso de las fuerzas para resolver los conflictos; mientras que, en la rama oriental prevalece el uso de la inteligencia sobre la fuerza. Aunque ambas líneas entran en contacto en el siglo XVIII, habría que esperar prácticamente hasta inicios del siglo XX para de ese encuentro surgiese el concepto actual de estrategia.

Precisamente en las disciplinas de la comunicación varios teóricos han asumido el término estrategia con el fin de efectuar una guía de acciones que respondan a objetivos comunicacionales y a partir de ello han ofrecido sus propias definiciones, tal es caso de Arellano (1998 citado en García, 2014) quien plantea que una estrategia de comunicación es:

Una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos. La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención, sobre una situación establecida. Estrategia es "el arte de desarrollar acciones a través de un método sistemático". (p.29)

Por otra parte, Martínez (2009), define que una estrategia de comunicación no es más que:

La vía por la que se pretende posesionar determinado concepto comunicativo (mensaje principal) entre su público o públicos. Se expresa en acciones específicas que definen una alternativa principal para conseguir el fin y otras alternativas. Generalmente se define para un período de dos o tres años o más en función de los ámbitos de actuación de las organizaciones.

Según Rayza Portal (2003) señala que una estrategia de Comunicación con fines educativos es entendida como:

La planeación de los procesos comunicativos con fines educativos conducentes a producir aprendizajes significativos, relacionados con contenidos de interés o necesidad ciudadana que permitan facilitar y hacer más eficiente la labor transformadora, a partir de la participación sustantiva de la población. (p.93)

Resultan muy interesantes las anteriores propuestas, pero se considera más funcional la propuesta de:

Ramón Vidal (2004) plantea que una estrategia de comunicación “es saber dónde vamos. Construir un escenario futuro. Tener una ruta. También incluye la capacidad de corregir la ruta si esta se interrumpe.”

Además, agrega que hay muchas metodologías para hacer una estrategia de comunicación. La mayoría de ellas parten de una perspectiva transmisiva y manipuladora. Pero hay experiencias y orientaciones teóricas que nos acercan a un modelo comunicativo participativo. Se trata de diseñar una estrategia con propósitos educativos liberadores.

Vidal propone asumir la comunicación desde un modelo participativo donde se trasciende la manipulación de los sujetos y se busca su educación para el logro de un cambio social.

Los Indicadores del modelo de Estrategia comunicativa, Según Vidal (2004) son:

- 1- Objetivos comunicativos: Propósitos comunicativos a cumplir, a través de las acciones.
- 2- Caracterización de los mensajes: Se van a determinar los ejes temáticos, como tratarlos teniendo en cuenta las características y necesidades de los participantes.
- 3- Medios a emplear: Se identifican todos los medios existentes.
- 4- Acciones y calendario de evento: Planificación de las acciones comunicativas (acción, objetivo, fecha, lugar, responsables, recursos).

- 5- Discurso básico: Debe tener de 5-8 cuartillas el mensaje principal que se va a transmitir, va a incluir el slogan.
- 6- Línea de diseño: Crear una línea de diseño básico que ayude a cumplir con los objetivos de la estrategia.
- 7- Evaluación: Se planifican todos los procedimientos en los que se evaluará como se está llevando a cabo la estrategia (planificación, implementación)

Capítulo 2 Marco Metodológico

2.1. Descripción del escenario de investigación

El IPU Roberto Rodríguez Fernández se encuentra ubicado en San Cristóbal y Primera del Reparto Bengochea. El centro educativo desde el punto de vista constructivo presenta muy buenas condiciones por lo que el entorno es favorable, además existe un ambiente de organización y deseo en el claustro de trabajadores para lograr la formación integral de los educandos. En el medio en que se desarrollan los alumnos existen condiciones favorables para una exitosa formación integral y un desarrollo en ascenso de la educación formal y el éxito en los principales valores humanos por las potencialidades existentes en las familias, la preparación profesional del personal docente y los modos de actuación en el contexto comunitario.

Su claustro conformado por 97 profesores, 41 son varones y 56 son hembras; de estos 95 licenciados, 2 nivel medio y 29 son máster. En cuanto a la distribución de los estudiantes en 10mo grado hay 346 estudiantes, 11no cuenta con 358 y en 12 grado hay 343, con un total de 1035 estudiantes. El centro cuenta con 21 aulas, 3 laboratorios de computación, 1 laboratorio de química, 1 de biología, 1 de física, 1 biblioteca escolar, 4 departamentos de profesores.

De manera general se cuenta con un claustro de mucha experiencia docente ya que más del 80% de este posee de 15-30 años o más de trabajo en el sector. Vale expresar como principales fortalezas en primer lugar que se tiene el 100% de cobertura laboral, además de contar con un claustro que en su mayoría se siente comprometido con el trabajo que realiza y que tiene un marcado sentido de pertenencia por la institución, gran estado moral y político del personal docente.

Otra fortaleza constituye el tener completo el consejo de dirección, el que el centro se esté nutriendo de jóvenes comprometidos con el proceso, capaces de ir ocupando cargos de dirección lo que garantiza el relevo posteriormente. Vale destacar que que no se manifiestan problemas de comunicación interpersonal entre el claustro y demás trabajadores que laboran en la institución y no se dan casos de agresión verbal, cosa que es muy positivo ya que el ejemplo personal constituye la principal vía de formación de valores en los educandos.

Además, es necesario decir que los valores que prevalecen en el claustro son los que hoy aspira la máxima dirección de nuestro país a partir de nuestro proceso social.

2.2. Perspectiva metodológica

Se asume la alternativa metodológica cualitativa. Esta perspectiva metodológica se desarrolla como un proceso abierto, participativo, dinámico, flexible que se caracteriza por la construcción del conocimiento. Busca la comprensión y entendimiento del comportamiento de una realidad específica, buscando razones y alternativas desde las propias vivencias y concepciones de los sujetos (Rodríguez, Gil y García, 2004).

Permite entrar en el campo de acción del objeto de estudio con la intención de realizar una descripción profunda y minuciosa del mismo. Se aborda el problema desde las representaciones de los sujetos, comprendiendo sus interpretaciones sobre el fenómeno, las situaciones, los significados que les atribuyen (Rodríguez, Gil y García, 2004)

La investigación se realiza mediante una alternativa cualitativa con el propósito de analizar el contexto en el que se desarrollan los adolescentes para poder comprender sus deseos, necesidades, aspiraciones y de esta manera poder darles respuesta a sus interrogantes y que a la hora de tomar una decisión tan importante como es decidirse por una carrera lo hagan de manera correcta, sin presiones ni falta de conocimiento. Esta alternativa nos ayuda a comprender las características particulares que poseen cada uno de los miembros que conforman el grupo. Además, se necesita una profundidad de comprensión acerca del tema, desde la participación de los sujetos implicados en vínculo con su situación social de desarrollo, aspiraciones, metas y proyectos con respecto al objeto de la investigación que está orientada al sujeto, su toma de decisiones y su vínculo con el contexto. La misma se da en condiciones naturales, se le da una alta atención al escenario, sujetos en su relación con ello, se vivencias, capacidad de autoconocimiento de aptitudes, actitudes con respecto a la actividad de estudio, metas de desarrollo profesional, proyectos y desarrollo personal.

2.3. Método de Investigación

Según la perspectiva metodológica y los objetivos planteados anteriormente se asume como método de investigación: la Investigación- Acción – Participación, donde la participación de los sujetos es fundamental en el proceso de cambio.

Este método tiene como finalidad resolver problemas cotidianos e inmediatos y mejorar prácticas cotidianas (Sampieri, 2006). Tiene la intención de propiciar el cambio social, transformar la realidad, y que las personas tomen conciencia de su papel en ese proceso de transformación (Sampieri, 2006).

En tal sentido Hall y Kassam, (1988, citado en Rodríguez, Gil y García, 2004) plantea que este método implica a la gente en el lugar de trabajo o la comunidad asigna un papel central a fortalecer la toma de conciencia en la gente sobre sus propias habilidades y recursos, así como su apoyo para movilizarse y organizarse.

En la presente investigación se interviene sobre situaciones reales y para la transformación desde la gestión personal y grupal de los propios sujetos de investigación, se concibe la realidad como una totalidad integrada por personas pertenecientes a una comunidad real, con sus vivencias, sus realidades, como son los estudiantes que optan por la carrera de comunicación social de 11no grado del Pre Universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández. Se pretende que tanto estos alumnos como profesores tomen conciencia sobre la importancia que tiene una correcta Orientación Vocacional, para que el proceso de cambio se gesté desde sus propias realidades, metas profesionales, proyecciones futuras, reconocimiento de actitudes, autoconocimiento, pues aquí entra en juego el éxito de su futuro y su excelente desenvolvimiento como futuros profesionales.

En dicha investigación se concibe al grupo de estudiantes como sujetos de la investigación, el investigador abandona su posición privilegiada y establece un diálogo que contribuya a una relación recíproca y horizontal, con el objetivo de alcanzar un alto grado de confianza, simetría social, con los adolescentes y su entorno. Además de conocer sus inquietudes, intereses y necesidades y de una forma u otra contribuir a la mejor satisfacción de las mismas.

La Investigación – Acción – Participación tiene como fin conseguir que el grupo se convierta en el principal agente de cambio para lograr la transformación de su realidad.

Para alcanzar esto, es fundamental la concientización de los mismos trabajar desde sus necesidades, dotarlo de habilidades y capacidades para la toma de decisiones acerca de las actuaciones que es conveniente poner en marcha para dar solución a dichas carencias y lograr el compromiso para la puesta en marcha de la acción transformadora.

La participación de los sujetos es fundamental en el proceso investigativo, lo cual estimula al cambio evidente a nivel de comportamientos. Los participantes, con un rol activo, contribuyen en gran medida a la concepción e implementación de todas las acciones para el desarrollo de una correcta orientación vocacional.

El cambio se puede evidenciar en los conocimientos adquiridos por dichos sujetos respecto al tema durante el proceso investigativo; contribuyendo a satisfacer sus necesidades comunicativas.

2.4. Tipo de investigación en comunicación

En cuanto al tipo de investigación en comunicación de acuerdo con Alonso y Saladrigas el presente estudio corresponde con la modalidad de investigación “para la producción que está dirigida a obtener con el mayor rigor posible la información destinada a nutrir la elaboración de productos comunicativos”. (2002, p. 76)

El resultado fundamental es el diseño de una herramienta comunicativa (estrategia de comunicación para la orientación vocacional) en aras de solucionar las problemáticas detectadas en los estudiantes que optan por la carrera de comunicación social.

2.5. Categorías de Análisis

Se asumen dos categorías de análisis: Orientación Vocacional y Estrategia de Comunicación.

Orientación Vocacional

Definición conceptual: Según Aguirre (1996) puede definir entonces, la Orientación Vocacional como un proceso de ayuda al orientado para que, al conocerse a sí mismo

y al mundo de trabajo, se prepare y acceda a la profesión adecuada a sus aptitudes, intereses y rasgos de la personalidad, teniendo en cuenta las posibilidades de estudio y de trabajo exigentes.

Definición Real: es un proceso que brinda al orientado conocimiento de sí mismo y del mundo de trabajo para que de esta forma pueda acceder a la profesión correcta teniendo en cuenta sus posibilidades y las demandas de la sociedad.

Operacionalización de la variable:

Indicadores:

- Problemáticas vocacionales.
- Necesidades de conocimiento vocacional.
- Conocimiento de la importancia de una correcta orientación vocacional.
- Conocimiento de la actitud del pre universitario con respecto a la Orientación Vocacional.

Estrategia de Comunicación

Definición Conceptual: “La estrategia de comunicación constituye la construcción de un escenario futuro, en la que se parte no del problema, sino de un objetivo. Posee fines participativos, en la que se propicia la integración de sus coprotagonistas, la misma tiene propósitos educativos liberadores”. (Vidal,2004,pp. 570-571)

Definición Real: Construcción de un escenario futuro en el ámbito vocacional del instituto pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández. Partiendo del objetivo de promover la participación de los adolescentes en las diversas actividades de Orientación Vocacional, así como propiciando la integración de su público objetivo desde la planificación hasta la ejecución y evaluación de las actividades propuestas.

Operacionalización de la variable:

Indicadores:

- Objetivos comunicativos
- Mensajes

- Medios
- Acciones
- Discurso
- Línea de diseño
- Evaluación

2.6. Selección de la muestra

Para esta investigación la selección de la muestra se realiza a partir de un muestreo no probabilístico intencional, donde los sujetos son elegidos de forma intencionada de acuerdo a criterios establecidos por el investigador. En función de estos se trabaja con informantes, informantes claves y especialistas.

Se toma como criterio, de la población general -los estudiantes de 11no grado- solamente los que optan por la carrera de Comunicación Social, el grupo queda conformado por 30 estudiantes. Se elaboran los siguientes criterios de selección:

En el caso de los especialistas:

- Labor profesional vinculada a la conducción del proceso de Orientación Vocacional en Villa Clara
- Con más de cinco años de experiencia en la labor educativa en el MINED o MES.
- Alto conocimiento del funcionamiento del proceso de Orientación Vocacional en Villa Clara
- Disposición a cooperar con la investigación.

Criterios para la selección de informantes claves:

En el caso de los estudiantes:

- Ser estudiante del Pre Universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández, Villa Clara.

- Estar en 11no grado Pre Universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández, Villa Clara.
- Optar por la carrera de Comunicación Social.
- Disposición a colaborar

Criterios para la selección de informantes:

- Estar estrechamente vinculado al proceso de Orientación Vocacional en Villa Clara.
- Poseer más de tres años de experiencia en la labor docente educativa en MINED o MES
- Disposición a colaborar.

2.7. Técnicas para la recogida de información

2.7.1. Revisión de documentos

Un documento es un objeto creado por el hombre para la transmisión o conservación de la información. Según el vínculo entre emisor y receptor existen los siguientes tipos: personales, oficiales y sociales. En este caso se analizan documentos oficiales, los cuales “son emitidos por entidades que responden por el contenido del mismo. Cumplen funciones específicas ligadas al control y evaluación de procesos sociales y a la toma de decisiones” (Alonso *et all*, 2004).

La revisión de documentos es una técnica de investigación que se emplea para analizar todo material normativo o de difusión concebido formalmente a nivel organizacional en sus diversos formatos y soportes para luego enfrentarlos con la práctica.

Esta técnica tiene como objetivo en la presente investigación describir las principales normativas existentes en la provincia en lo que respecta a la Orientación Vocacional y analizar el tratamiento que se le ofrece al tema de Orientación Vocacional en el municipio. (Anexo 1)

En la presente investigación se analizan los siguientes documentos oficiales.

- La Resolución Ministerial 170/2000
- La estrategia de Formación Vocacional - Orientación Profesional 2018-2019 de la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas.
- La estrategia de Formación Vocacional - Orientación Profesional 2018-2019 de la carrera de Comunicación Social, Facultad de Humanidades de la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas.

2.7.2. Observación participante

“Esta técnica implica adentrarse en profundidad a situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones” (Hernández, Fernández, y Baptista, 2006, p. 587).

La observación participante es una técnica fundamental en la investigación cualitativa, y una de las que más información puede brindar debido a que permite al investigador formar parte del contexto sin sobresalir o causar algún problema.

Esta técnica se aplica con el fin identificar las percepciones de los estudiantes de 11no grado que optan por la carrera de Comunicación Social del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández acerca del proceso de orientación vocacional que se lleva a cabo en dicho centro, comprender las actitudes de los estudiantes de dicho centro con respecto a la carrera de comunicación social, analizar el uso de la comunicación para la divulgación de actividades vocacionales e identificar mecanismos, que propicien la participación de los estudiantes en las actividades de orientación vocacional. (Anexo 2).

En este caso la observación participante se lleva a cabo luego de haber elegido la población de muestra.

2.7.3. Entrevista en profundidad

En el caso de la entrevista en profundidad el investigador establece una lista de temas, a partir de los cuales podrá sondear razones y motivos, ayudar a establecer

determinado factor, pero sin sujetarse a una estructura formalizada (Rodríguez, Gil y García, 2004).

Esta técnica permite al investigador obtener información sobre determinado problema. A partir de la información que ofrezca el entrevistado, se elaboran y comprueban, las respuestas al problema.

Esta técnica se aplica con el objetivo de identificar las fortalezas y debilidades que posee la universidad en cuanto a la gestión de la comunicación, describir acciones que se llevan a cabo en las actividades de Orientación Vocacional e identificar fortalezas y debilidades que presenta la carrera de Comunicación Social, identificar las necesidades de conocimientos de los adolescentes de 11no grado que optan por la carrera de Comunicación Social del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández y diagnosticar las prácticas comunicativas que se llevan a cabo en dicho pre universitario, ,

Se aplicaron tres entrevistas en profundidad (Anexo 3,4,5):

La primera a la encargada de la Orientación Vocacional del Pre Universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández con el objetivo de identificar las necesidades de conocimientos de los adolescentes de 11no grado del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández y diagnosticar las prácticas comunicativas que se llevan a cabo en dicho pre universitario.

La segunda al responsable de Orientación Vocacional de la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas con el objetivo de identificar las fortalezas y debilidades que posee la universidad en cuanto a la gestión de la comunicación y describir las acciones que se llevan a cabo en las actividades de Orientación Vocacional.

Por último, la tercera entrevista se le aplico a la Jefa de Departamento de Comunicación Social de la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas con el objetivo de identificar fortalezas y debilidades que presenta la carrera de Comunicación Social.

2.7.4. Cuestionario

“Según Chasteauneuf, 2009 un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (Citado en Hernández-Sampieri, Fernández y Batista, 2014, p.217).

El cuestionario constituye una herramienta de investigación, un formulario impreso que los encuestados responden por sí mismos, en la presente investigación se aplicaron cuestionarios individuales, a los estudiantes de 11no grado que optan por la carrera de Comunicación Social del Pre Universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández, con el objetivo de analizar el conocimiento de los estudiantes con respecto a las actividades de Orientación Vocacional y de la carrera de Comunicación Social, identificar las actividades y comportamientos de los estudiantes, referente a temas o situaciones de orientación vocacional y analizar las vías de comunicación utilizados en dicho pre universitario, que los estudiantes reconocen.(Anexo 6).

2.7.5. Sesiones grupales

A decir de Cárdenas, Ruiz, Nieto (s.f) esta técnica tiene como objetivo propiciar el curso de una dinámica grupal. Estos autores exponen que las técnicas de dinámica de grupo son el recurso que dispone el facilitador para dirigir y organizar las acciones grupales. Señalan además que en la bibliografía que existe sobre el tema no se citan únicamente como técnicas de dinámica de grupo, sino como técnicas participativas, ejercicios de dinámica, métodos activos dentro del enfoque pedagógico entre otras denominaciones.

Esta técnica es fundamental para obtener una mayor participación de los estudiantes, que se conozcan más entre sí, adquieran un mayor grado de confianza unos con otros, superen sus temores y obtengan una mayor motivación hacia la carrera.

En la investigación se llevaron a cabo tres sesiones grupales con los estudiantes que optan por la carrera de Comunicación Social del Pre Universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández, en distintos momentos con los objetivos de identificar los conocimientos que cada estudiante posee sobre la carrera de Comunicación Social, evaluar el dominio que los participantes tienen de un tema determinado e identificar

las principales motivaciones de los estudiantes hacia la carrera de comunicación social.(Anexo 7,8,9).

2.7.6. Grupo focal

No es un grupo natural sino organizado por el investigador de acuerdo a las temáticas a tratar. Se trata de un grupo de individuos escogidos con el objetivo de obtener información acerca de sus puntos de vista y experiencias sobre hechos, expectativas y conocimientos de un tema en particular (Pérez, citado en Rivero et all, 2012).

Se utilizan para obtener información con mayor profundidad acerca de las temáticas estudiadas, lo cual no sería posible por medio de otras técnicas como la observación, la entrevista individual o la encuesta (Pérez, citado en Rivero et all,2012).

Dentro de las ventajas (Pérez, citado en Rivero, et all,2012) señalan que permite una aproximación relativamente rápida y multidimensional de una temática, permite obtener una descripción global de los conocimientos, actitudes y comportamientos sociales de un colectivo social, permite la oportunidad de ser parte de un proceso participativo, decisorio donde los individuos son considerados “conocedores” lo que favorece la autoestima y el desarrollo del grupo y favorece la búsqueda de soluciones a problemas particulares que no podrían ser analizadas ni solucionadas por sujetos aislados.

2.8. Procesamiento de datos

De acuerdo con la alternativa metodológica asumida se utiliza la triangulación en el procesamiento de los datos.

La triangulación resulta un método de gran valor en la etapa de análisis pues permitió integrar y contrastar toda la información disponible para construir una visión global del proceso estudiado.

Es un procedimiento ampliamente usado que consiste en el uso de diferentes fuentes de datos, investigadores, perspectivas o metodologías para contrastar los datos e interpretaciones (Denzin,1978, citado en Rodríguez, 1995).

En la presente investigación se utiliza la triangulación metodológica por técnicas pues permite validar la información obtenida a través de los instrumentos de recogida de información, los resultados de estos instrumentos se fusionan para la búsqueda de mayor precisión en los resultados de la investigación, la triangulación resulta un método valioso pues permite integrar toda la información para construir una visión global del proceso estudiado.

Para esto se utiliza el SPSS (versión 22), análisis matemáticos porcentuales estadísticos, para procesar los datos de los cuestionarios aplicados al grupo de estudiantes seleccionados.

2.9. Procedimiento seguido por el investigador:

El procedimiento de investigación estuvo guiado por las fases de la metodología cualitativa que proponen Rodríguez, Gil y García (2004.p. 63-77):

Fase 1: Preparatoria:

Dentro de esta fase los autores declaran dos etapas: la reflexiva y la de diseño, procediendo de la siguiente manera: se busca información en libros tanto online como en soporte duro, tesis de licenciatura, maestría, doctorados y otras publicaciones para una mejor comprensión teórica de la problemática objeto de estudio, lo que permite la elaboración del diseño teórico-metodológico de la investigación y la precisión de cuestiones metodológicas a tener en cuenta en fases posteriores de la investigación.

Fase 2: Trabajo de campo:

Esta fase los autores la dividen en dos etapas: acceso al campo y recogida productiva de datos.

La entrada al campo de investigación se realiza de manera formal, pues la presente investigación surge como una necesidad del departamento carrera de Comunicación

Social de la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas, convirtiéndose posteriormente en una demanda.

Luego de esto, en una reunión del claustro de profesores del Pre Universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández esta concede un espacio para realizar de manera formal una presentación de la temática a investigar. Espacio que se aprovecha para explicarles el porqué de la investigación, los beneficios que esto reportaría para ellos como instituto, así como los aportes que tendría a diferentes escalas. Desde el primer momento se explica cómo se piensa desarrollar el proceso investigativo aclarando la flexibilidad del mismo, pero también enfatizando en la seriedad de la investigación por lo que necesitaría de la colaboración de todos para desarrollar con éxito la misma.

En esta etapa se gestionan los horarios y espacios para las actividades y además se realizó de manera intencional la selección de los sujetos que brindarían información para la investigación a partir de la aplicación de las técnicas e instrumentos elaborados.

En la investigación se trabaja con informantes clave e informantes. Para su selección el investigador estableció una serie de criterios referidos en el epígrafe 2.6. Una vez conformada la muestra se procede a la aplicación de las técnicas de recogida de información.

Se procede a la salida del campo partiendo del criterio de suficiencia de los datos, una vez que se llega a un estado de saturación de información, donde la información deja de aportar algo nuevo, dando paso a la fase analítica.

Fase 3: Analítica:

Como parte de esta también se utiliza la triangulación metodológica. Como parte de las tareas u operaciones que constituyen el proceso analítico básico, se disponen y transforman los datos para la obtención de resultados y conclusiones. Una vez terminada se da paso a la cuarta y última fase.

Fase 4: Informativa:

En esta fase se procede a integrar las diferentes partes de la investigación en un informe recreado a partir del trabajo interpretativo del investigador para posteriormente difundir los resultados obtenidos en diferentes espacios.

2.10. Principios éticos de la investigación

La presente investigación se rige por los principios éticos de la ciencia. La explicación a los entrevistados de los objetivos e intenciones de la investigación constituye un paso fundamental en la realización de la misma, siendo esencial su consentimiento para vincularlos a la experiencia investigativa.

Capítulo 3 Análisis de los Resultados

3.1. Análisis por técnicas

3.1.1. Revisión de documentos

En la investigación esta técnica tiene como objetivo: Describir las principales normativas existentes en la provincia en lo que respecta a la Orientación Vocacional y analizar el tratamiento que se le ofrece al tema de Orientación Vocacional en el municipio.

Entre los documentos revisados se encuentra la Resolución Ministerial 170/2000, la estrategia de Formación Vocacional - Orientación Profesional 2018-2019 de la Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas y la estrategia de Formación Vocacional - Orientación Profesional 2018-2019 de la carrera de Comunicación Social, Facultad de Humanidades de la Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas.

Resolución Ministerial 170/2000

En el documento queda declarado el sistema de trabajo y su nivel de subordinación desde Educación Municipal por la Comisión de Formación Vocacional y Orientación Profesional, precedida por el Director municipal y el sub director en proceso.

Este sistema está integrado por OPJM, FEEM, UJC y el departamento de planeamiento y estadística, representante del Ministerio de trabajo y seguridad social. Esta comisión se reúne por sistema una vez al mes es decir primer viernes del mes. Espacio formal donde se organizan las actividades de orientación en los diferentes niveles de enseñanza: primaria, secundaria, técnica profesional y preuniversitaria. Se reconocen actividades que tributan a esta tarea como son los círculos de interés, las puertas abiertas, los intercambios entre estudiantes y profesores en aras de potenciar la vocación por las diferentes profesiones.

Esta normalizado como se deben realizar dichas actividades. Los medios a utilizar son: cara a cara, creación de productos comunicativos y coberturas en los medios masivos de comunicación (radio, TV, periódico) para que todas las personas puedan tener conocimiento del proceso llevado a cabo.

Está definido en el documento las instituciones que se deben encargar de la Orientación vocacional, las escuelas y palacios de pioneros. Además, quedan declaradas los espacios para potenciar formación vocacional y Orientación Profesional, desde las clases, asignaturas, los círculos de interés y demás acciones de este tipo, lo cual se lleva a cabo eficazmente para lograr una mejor formación de los educandos.

Por otro lado, se intenciona la promoción del uso de computadores y la informática con los medios disponibles en las escuelas, para esto se legisla la realización de alianzas con Joven Club de Computación en la creación de audiovisuales, de spot, materiales didácticos que estimulen el conocimiento de las diferentes profesiones

Se menciona que para la organización y control de las actividades de Formación Vocacional y Orientación Profesional se constituirán grupos de trabajo a nivel nacional y municipal, compuestos por Ministerio de Educación, Federación de Estudiantes, Ministerio de Salud Pública, Instituto Nacional de Deporte, el Ministerio de las Fuerzas Armadas Revolucionarias, el Ministerio del Interior y el Ministerio de transporte, sería provecho si se lograra llevar a cabo grupos nacionales pues constituiría una gran experiencia y posibilitara el logro de una retroalimentación que contribuiría una mejoría y un paso de avance en todo este proceso.

Como se pudo apreciar en este programa se plasman una serie de normas que deben seguirse para lograr llevar a cabo con éxito el proceso de Formación Vocacional y Orientación Profesional, las cuales son llevadas a cabo de la mejor manera posible, pero es de gran necesidad reforzar este trabajo para obtener mejores resultados en este proceso.

Existe la intención e importancia en la temática, desde los lineamientos de la Política Social aprobados en el XII Congreso del PCC, se reconocen tres dedicados a fortalecer la labor de Orientación Vocacional los cuales son el 141, 150 y 172, tributan a potenciar la educación técnica profesional, que la formación profesional responda a las demandas de los territorios y a la economía.

141 El fortalecimiento de Formación Vocacional y Orientación Profesional hacia especialidades de la Educación Técnica Profesional priorizando la preparación de obreros calificados.

150 Lograr que las matrículas en las diferentes especialidades y carreras estén en correspondencia con las demandas del desarrollo de la economía y la sociedad. Garantizar que la Formación Vocacional y la Orientación Profesional que se desarrolla desde la educación primaria, de conjunto con los organismos de la producción y los servicios y con la participación de la familia, potencien el reconocimiento a la labor de los técnicos de nivel medio y obrero calificado.

172 Proyectar la formación de fuerza de trabajo calificada en correspondencia con las demandas actuales y el desarrollo del país, por la cual es preciso corregir las deformaciones que hoy presenta la estructura de la formación de especialistas de nivel superior, técnicos de nivel medio y obreros calificados.

Estos son unos de los principales lineamientos aprobados en el VII Congreso del PCC los cuales se logran cumplir de la mejor manera posible para obtener un mayor beneficio para los estudiantes.

Estrategia de Formación Vocacional - Orientación Profesional 2018-2019 de la Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas. (Anexo 10)

La UCLV desarrolla una Estrategia de Orientación vocacional y/o profesional, cuyos objetivos fundamentales son:

1. Fomentar la motivación de los estudiantes de Secundaria Básica hacia los estudios universitarios con énfasis en las carreras priorizadas.
2. Orientar a los estudiantes del preuniversitario hacia las carreras que se estudian en la UCLV, fungiendo como orientadores los estudiantes universitarios de las diferentes carreras.
3. Consolidar la motivación de los estudiantes por la profesión que estudian elevando el vínculo socio profesional y preparándolos para su inserción en el ámbito laboral.
4. Perfeccionar el funcionamiento del Colegio de Preparatoria a fin de fortalecer la preparación para el ingreso a carreras universitarias con énfasis en las priorizadas.

El sistema de trabajo se establece con acciones centralizadas a nivel de universidad, a las que de manera independiente se subordina las diferentes carreras que aquí se estudian. A nivel municipal los niveles de alianza con las instituciones son coordinados desde Centro de Estudios Municipales.

En el primer semestre, en el mes de septiembre, la Dirección Provincial de Educación y su Departamento de Preuniversitario, planifica la Estrategia de Intervención, la cual se presenta a los Directores de los Preuniversitarios en espacios formales, reunión con los representantes de cada carrera y se incorpora al convenio de trabajo las acciones que realiza, puertas abiertas, charlas con los estudiantes del pre universitario dirigidas por estudiantes universitarios que estén más cercanos en edad para que la comunicación pueda fluir mejor. Investigaciones, creación de audiovisuales con la labor de cada una de las carreras o las de mayor necesidad de profesionales y demanda en el territorio.

De esta manera, toda la Intervención queda planificada, y es garantizada y controlada por el Departamento de Preuniversitario de la Dirección Provincial de Educación, quedando plasmada en sus planes de trabajo.

No cabe dudas que dicha estrategia se lleva a cabo de una manera organizada y planificada, con el objetivo de llevar a cabo la Orientación Vocacional de una excelente manera siempre pensando en el porvenir de los educandos y en el éxito de su futuro.

La Estrategia de Formación Vocacional y Orientación Profesional en Santa Clara, como cabecera de provincia, la centra la sede central, a su vez se complementa con las acciones del Colegio de Preparatoria para las acciones priorizadas y su Gabinete Metodológico de Formación Vocacional y Orientación Profesional. En el resto de los municipios de la Provincia de Villa Clara los CUM implementan su estrategia, conciliando el apoyo de los estudiantes Universitarios de la UCLV residentes en los mismos. Todas las carreras planificarán e implementarán su estrategia para la Formación Vocacional y Orientación Profesional

Está establecido desde la dimensión curricular, investigativa o componente laboral, y extensionista la labor de Orientación Vocacional y profesional, con salidas desde el currículo, con evaluaciones, definición en cada carrera de tareas pre profesionales para

cada uno de los años. Vinculo en los medios masivos de comunicación provinciales para divulgar la labor de Orientación Vocacional, a través de programas de radio y televisivos.

En las intervenciones en los preuniversitario se conciben exposiciones con trabajos de curso y resultados investigativos de los estudiantes que cursan las diferentes carreras, dirigidas a los interesados hacia esas especialidades. Además, se ha instalado una Multimedia, así como la difusión de una aplicación para teléfonos móviles de Orientación Profesional en cada preuniversitario. Se distribuyen plegables, y boletines, elaborados por las carreras y los propios estudiantes. La orientación es realizada a estudiantes de secundaria básica y preuniversitario.

Como etapa final de la Estrategia en el primer semestre se realizan las puertas abiertas tanto en la sede Central como en los Municipios, para que los estudiantes del preuniversitario puedan recorrer las instalaciones y conocer más de cerca la Universidad.

En el segundo semestre se continúan desarrollando acciones de Formación Vocacional y Orientación Profesional las cuales están recogidas en las estrategias de cada carrera.

Para una mayor orientación los estudiantes conjuntamente con especialistas de las diferentes carreras que se cursan en la universidad participan en programas radiales y televisivos informando acerca de todo el trabajo que realizan, intercambiando en vivo con jóvenes estudiantes del nivel medio y medio superior.

Es de gran necesidad llevar a cabo esta estrategia al pie de la letra, pues cuenta con una excelente estructura y planificación, ayudará en gran manera a los estudiantes a decidirse por la carrera adecuada, les abrirá su campo de visión, podrán responder todas sus interrogantes, les ayudará a tomar la decisión correcta.

Estrategia de Formación Vocacional - Orientación Profesional 2018-2019 de la carrera de Comunicación Social, Facultad de Humanidades de la Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas. (Anexo 11).

El reto de incrementar la matrícula hacia especialidades que se estudian en la Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas, específicamente en la Facultad de Humanidades, Departamento de Comunicación Social, precisa de implementar acciones que contribuyan a la formación integral de sus egresados. Por lo que el

trabajo de Formación Vocacional y Orientación Profesional conserva su vigencia, ya que su fin es solucionar los problemas que afectan el proceso de formación de los especialistas universitarios y el proceso de demanda laboral a partir de ubicar la fuerza de trabajo calificada en organismos y entidades de los territorios.

Para ofrecer estas acciones ha sido necesario tener en cuenta una investigación real, que facilitara el conocimiento de las debilidades que fomentan el estudio de estas temáticas, dentro de las que se hallan:

- Insuficiente trabajo de Formación Vocacional y Orientación Profesional en los centros educativos.
- En muchas ocasiones solo se orienta a los estudiantes de enseñanza precedentes sobre las plazas que existen y no se realiza un verdadero trabajo de Formación Vocacional y Orientación Profesional.
- Necesidad de concientizar a los alumnos, sobre el ingreso a determinadas carreras.
- Fallo en la influencia profesional que deben ejercer los colectivos de carreras.
- Insuficiente trabajo cohesionado entre las instituciones educativas y los organismos implicados de los territorios.
- Ocurren cambios de carrera en los años primeros años por reconocimiento social de otras carreras con un mejor ingreso económico.
- Necesidad de incorporar a la comunidad a cumplimentar con la labor de Formación Vocacional y Orientación Profesional.
- No se logran los niveles de permanencia requeridos en las carreras.
- Insuficiente divulgación de los modos de actuación de los profesionales de las diferentes carreras, a través de los medios masivos de comunicación.
- No se logran los niveles deseados de participación de los estudiantes, en las actividades organizadas por las carreras.

Las acciones que se presentan tienen como objetivo brindar orientaciones y lineamientos de trabajo concretos a directivos universitarios, profesores, instituciones educativas precedentes, acerca de la labor de Formación Vocacional y Orientación Profesional, hacia carreras que oferta la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas, específicamente la Facultad de Humanidades y el Departamento de Comunicación Social. Además de convenir lo concerniente a la capacitación, formación y superación con otras instituciones educativas del municipio y la provincia. En tal sentido, con las acciones de orientación profesional se toman como ideas fundamentales las siguientes:

- Se debe realizar en la propia institución educativa y la comunidad con la intervención de todos los factores.
- El papel fundamental en esta labor le corresponde al colectivo pedagógico de cada año, los cuales con su unidad de acción ejemplo y trabajo diario, deben estimular el desarrollo de intereses, y motivar hacia la profesión, teniendo en cuenta los modos de actuación de cada carrera fundamentalmente a través de la propia clase, y a partir del aprovechamiento de las potencialidades del contenido, el uso de las nuevas tecnologías, la ejemplificación y la ejemplaridad del docente en su desempeño metodológico.
- Revitalizar el compromiso de cada docente de motivar a los estudiantes para las diversas carreras.
- Todas las actividades que se conciban como parte de la estrategia deben tener como punto de partida el diagnóstico de cada educando, grupo escolar, centro docente y territorio.
- El diagnóstico inicial y sistemático debe permitir a los educadores conocer la situación motivacional que hacia la profesión tienen sus educandos y proyectar su labor en función de esos resultados.
- El movimiento de monitores en los niveles precedentes a la universidad debe constituir la cantera esencial para la incorporación de estudiantes al trabajo vocacional.

- Contribuir a la educación y orientación de los padres en el campo de la Formación Vocacional y la Orientación Profesional.
- Jerarquizar el trabajo de investigación pedagógica en los territorios y filiales, bajo la asesoría de la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas, como parte de los proyectos de investigaciones, en el campo de la Formación Vocacional y la Orientación Vocacional.
- Aprovechar los diferentes medios de difusión, así como otras vías, software, páginas Web, y otros junto a la comunidad en apoyo a las tareas de Formación Vocacional y Orientación Profesional.
- Incluir en los convenios colectivos de trabajo y planes individuales, las actividades concretas de trabajo de Orientación Profesional y Formación Vocacional desde la institución educativa, así como el papel de los directivos, consejo de dirección, maestros y profesores en este sentido con vistas a su eficiente seguimiento, control y evaluación.
- Lograr la unidad funcional entre la información profesional que se le brinda a los educandos, el elemento objetivo que debe estar presente en cada tarea desarrollada y la sistemática reflexión y debate de toda la información recibida, lo cual contribuirá a alcanzar un nivel adecuado de autodeterminación profesional en los estudiantes. .
- Cada directivo educacional, debe poseer los conocimientos necesarios acerca de la formación profesional, para de esa forma hacer un uso correcto de los mismos e incidir positivamente sobre los estudiantes.
- Proyectar actividades concretas para los organismos y para las instituciones estudiantiles, y valorar el papel que cada uno de ellos desempeña en el trabajo de formación vocacional y orientación profesional.
- Las tareas vocacionales deben poseer una correcta orientación, hacia la búsqueda de soluciones a problemas escolares, sociales, que puedan ser incluidos en los círculos de interés, sociedades científicas y otras.
- Fortalecer el proceso de entrega pedagógica.

- Precisar el modelo de cada profesional con vistas a realizar un eficiente trabajo, de reafirmación profesional con los estudiantes desde su ingreso a la universidad, lo que debe constituir para alumnos y profesores un gran reto y un estímulo de alto valor moral.
- Garantizar que todo el trabajo de Formación Vocacional y Orientación Profesional tenga su base de sustento en un sólido trabajo político ideológico que conduce al establecimiento del compromiso de los estudiantes en cada carrera.

Se han normalizado espacios, actividades para el establecimiento de las tareas profesionales en la carrera de Comunicación Social, como son la creación del boletín de la carrera, surgimiento y creación de contenidos en la página de Facebook de la carrera, organización de un evento científico la Jornada de Comunicación.

Con la revisión de documentos oficiales que normalizan la labor de la Orientación Vocacional en la dirección de educación municipal, UCLV, de la carrera de Comunicación Social se puede comprobar la gran organización con que cuenta el proceso de Orientación Vocacional en la provincia de Villa Clara, municipio Santa Clara, pero que muchas veces es insuficiente el trabajo que se realiza en las escuelas pues existe poca concientización hacia los estudiantes con respecto las diversas carreras, la mayoría de las veces se trabaja solo con la enseñanza precedente es decir el pre universitario, existe poca divulgación en los medios masivos de comunicación acerca de los modos de actuación de los profesionales que se forman en cada carrera y no se ha logrado del todo la absoluta participación de los estudiantes en las actividades de la carrera.

3.2 Observación participante

En la presente investigación la observación tiene como objetivos identificar las percepciones de los estudiantes de 11no grado del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández acerca del proceso de orientación vocacional que se lleva a cabo en dicho centro, comprender las actitudes de los estudiantes de dicho centro con respecto a la carrera de Comunicación Social, analizar el uso de la comunicación para

la divulgación de actividades vocacionales e identificar mecanismos que propicien la participación de los estudiantes en las actividades de Orientación Vocacional.

El IPU Roberto Rodríguez Fernández se encuentra ubicado en San Cristóbal y Primera del Reparto Bengochea. El centro desde el punto de vista constructivo presenta muy buenas condiciones por lo que el entorno es favorable, además existe un ambiente de organización y deseo en el claustro de trabajadores para lograr la formación integral de los educandos. En el medio en el que se desarrollan los alumnos existen condiciones favorables para una exitosa formación integral y un desarrollo en ascenso de la educación formal.

La observación participante se realiza luego de elegir la población de muestra, es decir los estudiantes que optan por la carrera de Comunicación Social.

Se observa la implicación y motivación por parte de la responsable de Orientación Vocacional del centro con respecto a las actividades que brinda la universidad y las que se llevan a cabo en dicho centro como son las puertas abiertas, charlas educativas, entre otras, el gran esfuerzo que se hace para que exista una excelente organización y coordinación para dichas actividades y de esta forma los estudiantes puedan obtener un mayor beneficio y tener una mayor satisfacción con respecto a las mismas.

Además, hay un alto número de estudiantes que participan en las puertas abiertas, la asistencia es de aproximadamente un 97 % lo cual es muy provechoso pues la gran mayoría de estos se benefician de todos los conocimientos impartidos en las mismas, estos colaboran indistintamente es todo lo que requiere para el éxito de la misma, ya sea en asistencia, puntualidad, organización, comportamiento, pues han logrado entender la importancia que tiene su contribución para dicho proceso pues realmente estos son el motor de impulso para la construcción de dichas actividades.

A pesar de que en el del grado de 11no grado de dicho pre universitaria existen 30 estudiantes que optan por la carrera de Comunicación Social no existe una buena implicación de estas estudiantes con respecto a las actividades de Orientación Vocacional que brinda la carrera. Se estuvo indagando y una de sus principales causas es el poco reconocimiento social con que cuenta la carrera, los estudiantes no cuentan

con la información requerida acerca de los ámbitos de estudio y trabajo, cosa que es primordial a la hora de optar por una carrera, para minimizar esta problemática es de gran importancia incorporar a la comunidad en el procesos de Orientación Vocacional pues una vez que la familia este inmerso en este proceso les será fácil orientar y apoyar a estos educandos en casa a tomar la decisión correcta sobre la elección de su futuro, otro aspecto importante sería buscar diversas vías para lograr una mayor participación de los estudiantes en las actividades organizadas por la carrera y de esta forma una mayor motivación hacia la misma.

Dichas actividades se llevan a cabo en la Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas y en el pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández.

Otro interesante aspecto a observar fueron las expresiones verbales y no verbales que manifestaron las estudiantes con respecto a la carrera, la gran mayoría manifestó falta de conocimiento acerca de la misma, a pesar de que optan por la carrera no cuentan con un conocimiento sólido acerca de la misma lo cual les impide una participación más activa en las actividades que ofrece la carrera, varias de ellas expresaban " que imaginaban que la carrera en su mayoría se basaba en las letras pero que exactamente no saben en qué consiste" no conocen " sus aristas de estudio y en que se pueden desempeñar después de graduados", lo que conlleva a un descontento y falta de motivación hacia la carrera.

En el pre universitario no existe ningún producto comunicativo para promover la carrera de comunicación social lo cual se considera una debilidad en este proceso, ni para la divulgación de las actividades de Orientación Vocacional, pues esto se hace cara, la encargada del proceso le informa a cada uno de los grupos sobre qué tipo de actividades se llevarán a cabo, el lugar y la hora.

Durante la observación realizada se pudo apreciar que los responsables de Orientación Vocacional del centro hacen todo lo posibles porque estas actividades se lleven a cabo de la mejor manera posible, que la asistencia de los estudiantes a las mismas es muy buena. Pero que a pesar de que optan por la carrera de Comunicación Social no es satisfactoria su participación en los diversos talleres que ofrece la carrera y que unas de las principales causas a esta falta de motivación es el poco conocimiento

que tienen acerca de la misma lo que se debe a su poco reconocimiento social, para esto es preciso buscar métodos para lograr una mayor implicación de estos estudiantes en las actividades y para con la carrera.

3.3 Análisis de las entrevistas en profundidad

3.3.1 Entrevista en profundidad 1

Esta entrevista se les aplicó a tres informantes claves: al responsable de Orientación Vocacional de la Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas, a la responsable de Orientación Vocacional del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández y a la jefa del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas. Las mismas fueron aplicadas en las propias oficinas de los entrevistados.

Esta se le aplicó al encargado de Orientación Vocacional de la universidad con el objetivo de identificar las fortalezas y debilidades que posee la universidad en cuanto a la gestión de la comunicación y describir acciones que se lleven a cabo en las actividades de Orientación Vocacional.

El mismo expresa que su principal función como encargado de Orientación Vocacional es coordinar el proceso de manera general, que tiene como objetivo "reforzar la Orientación Vocacional pues se sobrentiende que vengamos orientados desde la primaria", y que "los especialistas son los encargados de diagnosticar las necesidades de conocimientos que poseen los estudiantes para poder darle tratamiento a las mismas".

En sus expresiones orales al hablar del tema se manifiesta el gran conocimiento y la gran responsabilidad con que dirige este proceso, siempre buscando las mejores vías para lograr satisfacer a los educandos.

Menciona que la actividad que mejor se lleva a cabo son las puertas abiertas, "pues todas las áreas se preparan de una manera excelente, logrando dar respuesta a cada una de las interrogantes de los estudiantes" y de esta manera satisfacer sus inquietudes. Que los estudiantes están muy complacidos con este tipo de actividades.

En el municipio de Santa Clara es donde mejor se realiza esa actividad y de este proviene el mayor número de asistencia pues “los otros municipios no pueden asistir a la mayoría de estas actividades por problemas de transporte”.

Se constata la gran necesidad de que todos los estudiantes de la provincia puedan asistir a estas actividades, es necesario hacer un esfuerzo por lograr un 100% de asistencia a estas actividades, pues las mismas se realizan cara a cara, le permite al estudiante tener un intercambio con estudiantes y profesores de la carrera, lo que es de gran provecho para aclarar sus dudas, inquietudes y de esta manera tener una amplia visión del campo de estudio y profesional de la carrera.

Se hace todo lo posible por llevar a cabo actividades de Orientación Vocacional a todas las enseñanzas, “pero en las secundarias y tecnológicos se hace más difícil”, lo cual sería de gran importancia lograr para que los estudiantes logren una formación más consciente y preparada pues no es adecuado darle a conocer en qué consiste cada carrera un breve tiempo antes de llenar su boleta con su lista de elecciones, pues esto trae consigo malas decisiones por falta de conocimiento y preparación lo que posteriormente repercute cuando ingresan en la universidad.

Es válido destacar que los estudiantes del pre universitario poseen grandes problemáticas con respecto al tema de Orientación Vocacional pues no cuentan con el suficiente conocimiento como para enfrentarse al proceso de elección de su carrera, para esto es necesario tomar una serie de medidas y logran hacer un trabajo preventivo de orientación con mayor anterioridad para que los educandos logren conocer en qué consisten las diferentes carreras, así como sus diversos ámbitos de trabajo.

Es fundamental la cooperación de los diversos pre universitarios y sus responsables para el logro de resultados satisfactorios en este proceso, de estos algunos responden de manera satisfactorios y otros no como se quiere, pero de igual manera hay que poner el mayor ahínco posible en este proceso para lograr la superación de estos educandos.

3.3.2 Entrevista en profundidad 2

Esta entrevista se le realizó a Ana María Pérez Valdés encargada de Orientación Vocacional del Pre Universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández con el objetivo de identificar las necesidades de conocimiento de los adolescentes de 11no grado del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández y diagnosticar las prácticas comunicativas que se llevan a cabo en dicho pre universitario.

La entrevistada cumple con su función de encargada de este proceso de una manera muy organizada y responsable, admite la gran importancia que tiene el proceso de Orientación Vocacional y todos los beneficios que este trae consigo, pues el mismo tiene como principal objetivo orientar a los educandos acerca de las diversas carreras, sus diversas ramas, campos de estudio.

Señala que es muy buena la asistencia de los estudiantes del pre universitario a las puertas abiertas que brinda la universidad, “casi todos los estudiantes asisten” menciona ella, que “estas actividades se llevan a cabo solo dos veces al año”.

Añade que la actividad se lleva a cabo con gran calidad, pues los encargados de llevarla a cabo cuentan con una gran preparación, pero que la misma es muy escasa, “es necesario realizarlas más veces en el año y no solo con 12mo grado sino desde 11no grado” es decir llevar a cabo el proceso con mayor anterioridad.

Menciona que cuando se lleva a cabo actividades del gabinete metodológico hacen todo lo posibles por llevar a 10mo y 11no grado para que se puedan beneficiar también de estas actividades.

En el pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández hay 30 estudiantes de 11no grado que optan por la carrera de Comunicación Social, todas estas estudiantes son del sexo femenino.

La misma expresa que le concede una gran importancia al proceso de Orientación Vocacional “pues este define su futuro” es por esto la importancia de concederle una mayor participación en las actividades a todas las enseñanzas no solo pre universitario. Pues si se logra llevar a cabo este proceso con una mayor anterioridad y en las diferentes enseñanzas los resultados serán más satisfactorios.

Es importante destacar la importancia que le conceden en dicho pre al proceso de Orientación Vocacional y la conformidad que existe por parte de este con respecto a la calidad de las actividades que se brindan, aunque es válido señalar la necesidad existente de que se realicen estas actividades con más frecuencia y que participen también los estudiantes de 10mo y 11no grado para que puedan nutrirse de estos conocimientos.

3.3.3 Entrevista en profundidad 3

Esta entrevista se le efectuó a Yumay Blanco Yanes jefa del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas, la cual lleva 12 años como profesional de la comunicación, con el objetivo de identificar fortalezas y debilidades que presenta la carrera de Comunicación Social.

Esta señala que desde el surgimiento de la carrera se llevan a cabo actividades de Orientación Vocacional pues “la función del profesor no es solo formativa sino también instructiva”, lo cual tributa a la orientación tanto vocacional como profesional.

Menciona que las puestas abiertas consisten “en un contacto de la universidad con los estudiantes motivados” estas se llevan a cabo mensualmente en el primer semestre, pasan por la universidad varios municipios e instituciones, y en el primer semestre de 12 grado los estudiantes de la universidad asisten a los diversos pre universitarios a impartir charlas educativas.

En estas actividades se llevan a cabo una comunicación directa, cara a cara, se hacen exposiciones, spot, plegables que contiene información de la carrera y están al alcance de todos.

Alude que una de las principales aspiraciones que poseen los estudiantes que optan por la carrera es llegar a ser “un profesional de la comunicación con grandes habilidades y destrezas en cada una de sus aristas”.

Es importante destacar que una de las principales causas de desmotivaciones de los estudiantes y traslados se debe “al poco reconocimiento social de la carrera, y un gran conocimiento acerca de otras como por ejemplo licenciatura en turismo”.

Para minimizar estas problemáticas es necesario tomar ciertas medidas como asignar en los primeros años a profesores principales, con mayor destreza comunicativa y mayor experiencia en la enseñanza.

Es significativo destacar el arduo trabajo que realiza el colectivo del Departamento de Comunicación Social para contribuir a las actividades de Orientación Vocacional entre ellas las puertas abiertas pues desde el surgimiento de dicha carrera ha brindado este tipo de actividades, se destaca que uno de las principales causas de desmotivación es el poco reconocimiento social con que cuenta la carrera por lo que es de vital importancia duplicar este tipo de actividades para que todos los estudiantes tengan pleno conocimiento de la misma y sus ámbitos de estudio y trabajo, lo cual favorecerá su elección.

Valido destacar que el Departamento de Comunicación Social tiene una gran disponibilidad para con todas estas actividades de Orientación Vocacional pues lo primordial en todo este proceso es lograr satisfacer todas las necesidades de los educandos.

3.4. Análisis del cuestionario

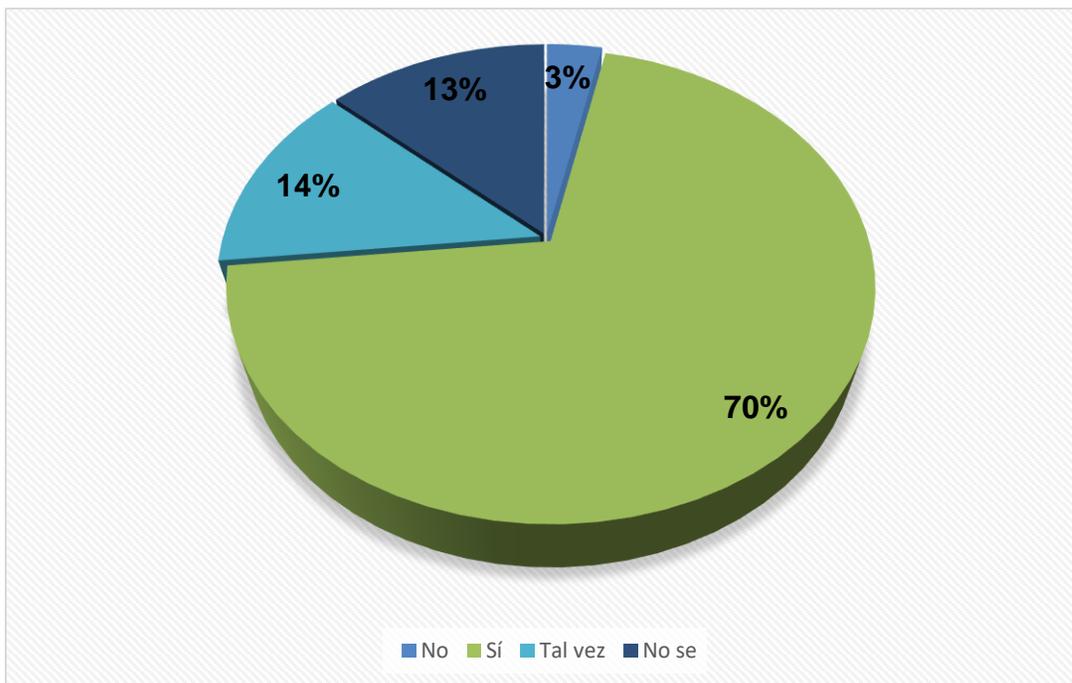
En la presente investigación el cuestionario tuvo como principales objetivos analizar el conocimiento de los estudiantes con respecto a las actividades de Orientación Vocacional y de la carrera de Comunicación Social, identificar las actividades y comportamientos de los estudiantes, referente a temas o situaciones de Orientación Vocacional, analizar las vías de comunicación utilizados en dicho pre universitario, que los estudiantes reconocen.

Este cuestionario se les aplicó a los estudiantes 30 estudiantes de 11no grado que optan por la carrera de Comunicación Social del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández.

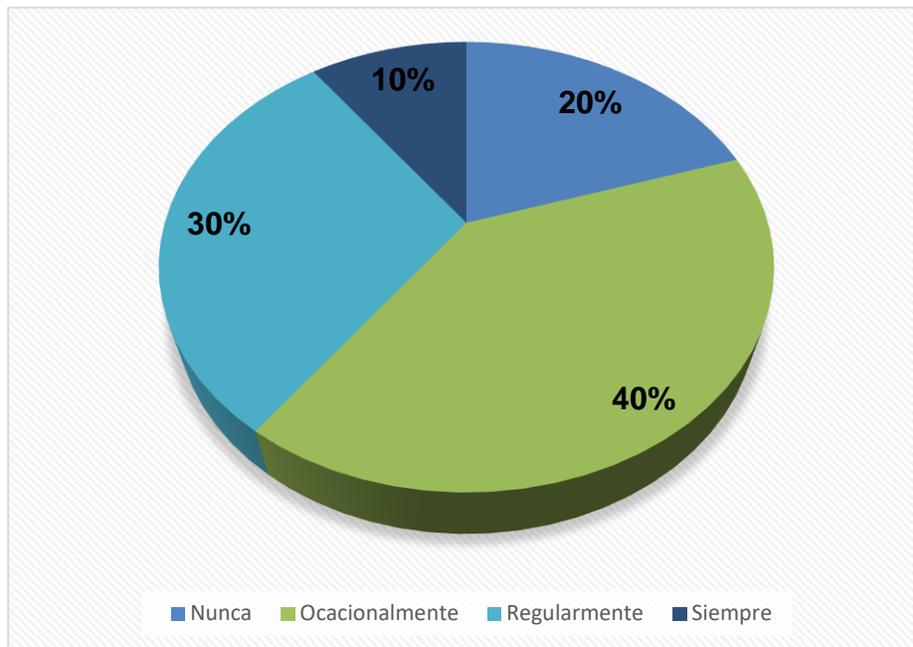
En primer lugar, se constata que un 90 % de estos estudiantes tienen pleno conocimiento de que es la Orientación Vocacional mientras que el restante 10% asume que tal vez, esto puede deberse a la falta de organización con que se lleva a cabo el proceso en dicho centro y a la falta de conocimiento de los estudiantes con respecto al tema.

Se proyecta también que un 70 % asume que se llevan a cabo en dicho pre universitario actividades de Orientación Vocacional, un 14% que tal vez, un 13% no sabe y un 3% asume que no se realizan estas actividades,

De estos 29 estudiantes que tienen ciertos conocimientos acerca de las actividades de Orientación Vocacional llevadas a cabo el 66% de estos menciona cuales son este tipo de actividades, entre las cuales están las puertas abiertas, círculos de interés, intercambio con los estudiantes de la universidad, las cuales constituye de gran provecho para estos pues obtienen el conocimiento necesario para posteriormente una correcta elección.

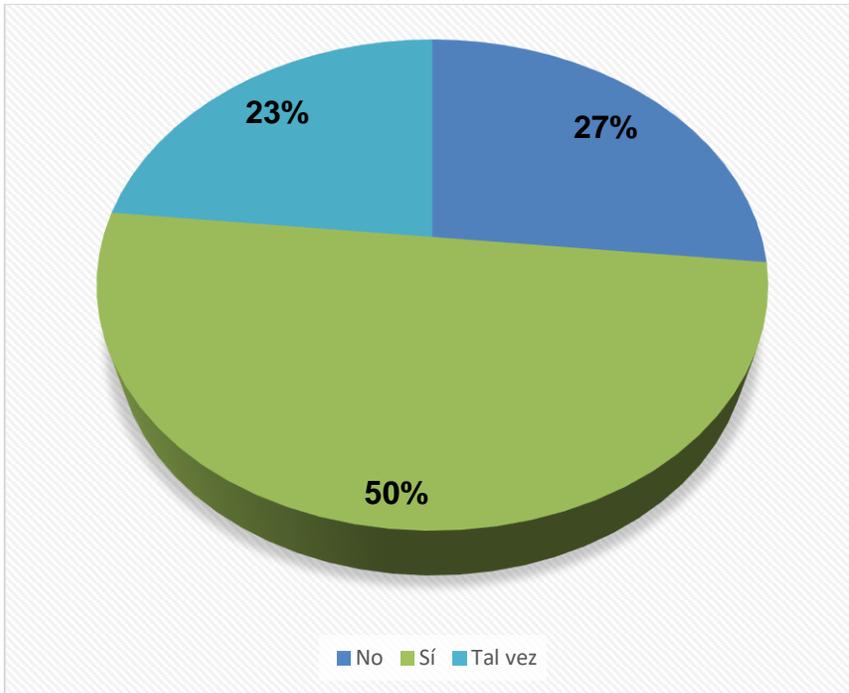


Otro aspecto tratado fue la contribución desde su puesto de trabajo a una mejor realización de estas actividades, entre los cuales un 40% asume que contribuyen ocasionalmente a una mejor realización de las mismas, mientras que un 30% asume que contribuyen regularmente, un 20% nunca y un 10% siempre contribuye a esto de manera activa y eficiente. Es de gran necesidad potenciar una mayor participación de los estudiantes para con las actividades de Orientación Vocacional que se brindan pues ellos son el objetivo principal de las mismas.

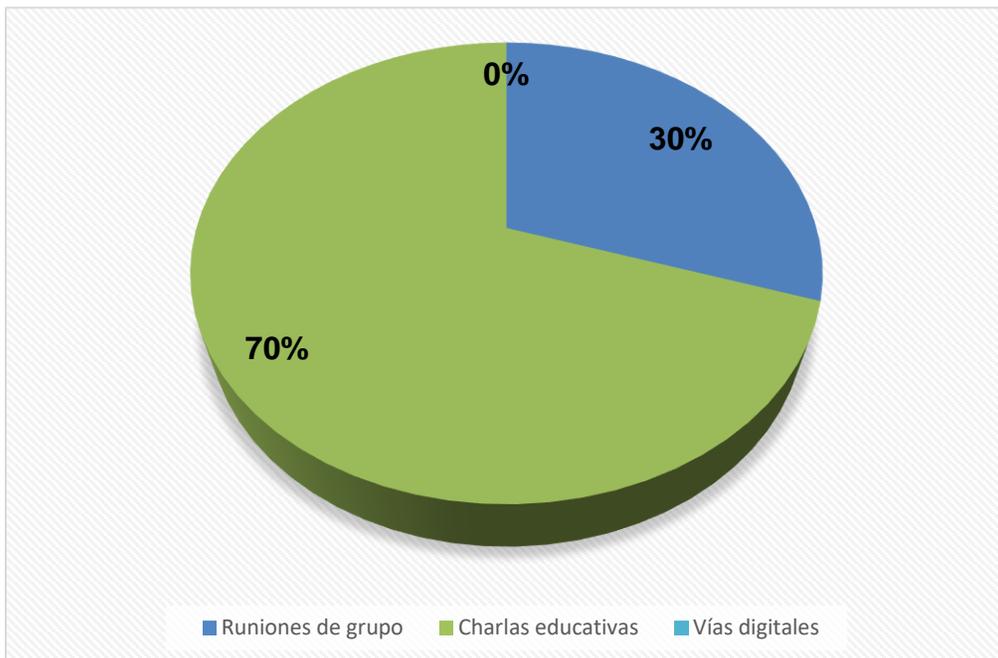


Se conoce también que un 50% tiene pleno conocimiento en qué consiste la carrera de Comunicación Social, un 27% no la conoce y un 23% asume que tal vez. Es importante destacar que la muestra utilizada para la realización de este cuestionario son los estudiantes que optan por la carrera de Comunicación Social y un 27% de los mismos asumen que no conocen en que consiste la carrera, lo cual constituye una debilidad pues optan por la carrera sin saber en qué consiste la misma lo cual se debe a la falta de conocimiento que existe con respecto a la misma.

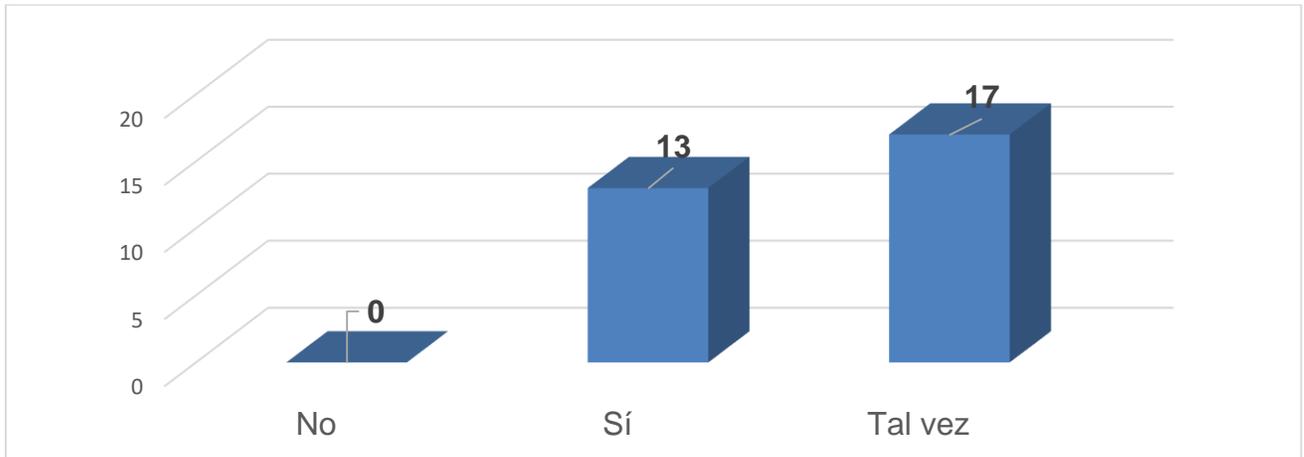
Por otro lado se indago sobre la orientación que se da en las puertas abiertas acerca de la carrera de Comunicación Social y se obtuvo que un 77% plantea que no se le brinda orientación acerca de la carrera en las puertas abiertas, el restante 22% asumió que sí, de estos 4 estudiantes argumentaron que es lo que más les motiva de la carrera, entre esto está la adquisición de un mejor vocabulario, más fluido y ampliado, una mayor cultura general integral, la adquisición de nuevas experiencias y estudios novedosos.



Entre los espacios más utilizados para comunicar información relacionada a temas de Orientación Vocacional están las charlas educativas con un 70%, un 30% reuniones de grupos y un 0% vías digitales, lo cual constituye una fortaleza pues de esta manera se fortifican las relaciones interpersonales entre los estudiantes, existen más posibilidades de retroalimentación con respecto al tema, facilita la construcción grupal de ideas, proyectos para el logro de un mejor desempeño de estas actividades.



Cómo pregunta de cierre se concibió ¿le gustaría en un futuro ser un comunicador?



Se muestra que de los 30 estudiantes a 13 les gustaría ser en un futuro comunicadores sociales y 17 asumen que tal vez. Esto se debe en gran manera a la falta de orientación que se les brinda a los mismos acerca de la carrera y el poco reconocimiento social con que cuenta la misma. Es de gran necesidad reforzar la carrera de Comunicación Social en las diversas actividades de Orientación Vocacional que se llevan a cabo, pues muchos estudiantes optan por la carrera sin tener pleno conocimiento de la misma lo que contribuye posteriormente a los traslados hacia otras carreras o al fracaso escolar.

Es válido destacar que a pesar de que estos estudiantes optan por la carrera de Comunicación Social no tienen conocimiento en qué consiste la misma por lo que es necesario reforzar las actividades que brinda la carrera para lograr una mejor orientación en los educandos acerca de carrera, que estos conozcan su campo de estudio y actuación para que en el momento de optan por la misma no exista la necesidad de traslados hacia otras carreras ni fracaso escolar, sino que puedan cursarla de manera exitosa.

3.5. Análisis de la Sesiones Grupales

3.5.1. Sesión Grupal 1

Esta sesión grupal se realizó en el aula 14 del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández, como parte de la primera dinámica grupal se realizó una técnica de presentación por parejas la cual permite al coordinar conocer información de los integrantes del grupo, el facilitador da la indicación de que se van a presentar por parejas (uno presenta al otro miembro de la pareja y viceversa), y que los miembros de cada una deben intercambiar determinado tipo de información que sea de interés para todos, por ejemplo, nombre, interés por la actividad a desarrollar, expectativas, etcétera.

Luego se lleva a cabo la técnica central de la sesión "Lluvia de ideas" la cual tiene como objetivo identificar los conocimientos que cada estudiante posee sobre la carrera de Comunicación Social. La técnica se lleva a cabo de la siguiente manera: El coordinador realiza la siguiente pregunta: ¿Qué entiende usted por comunicación social? Cada participante dice una idea a la vez sobre lo interrogado.

Dentro de las principales ideas que estos estudiantes expresaron están "periodista" "presentador de televisión" "relacionista público en una empresa" "organizador de actividades".

Mientras se van enunciando las ideas, se van anotando en el pizarrón. Posteriormente se realiza una reflexión grupal sobre todas las ideas donde todos expresan sus puntos de vistas tratando de realizar una construcción general que agrupe estas ideas y refleje un panorama lo más similar posible a la carrera.

En un último momento se lleva a cabo una técnica de cierre "Evaluar con una palabra" con el objetivo evaluar con una palabra el encuentro y las actividades realizadas en el mismo. Donde cada participante debe expresar mediante una palabra el significado de la sesión realizada, así como de los ejercicios llevados a cabo.

Las palabras mencionadas fueron "importante, divertido, genial, satisfactorio, provechoso".

Resumen de la sesión:

La sesión fue muy provecha pues todos los miembros participaron activamente en la misma aportando sus ideas, criterios, para el beneficio de todos y la construcción de un panorama general que les permitiera tener una visión más amplia de la carrera de Comunicación Social.

3.5.2. Sesión Grupal 2

Esta sesión grupal se realizó en el aula 14 del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández, como parte de la primera dinámica grupal se realizó una técnica de presentación llamada “Mensajes confusos” con el objetivo de permitirle al coordinador conocer el nivel de participación y unidad de los miembros.

Para el desarrollo de la misma los participantes se sientan formando un círculo. Un participante debe pensar en un mensaje largo, susurrar este mensaje a la persona que está sentada a su derecha y así sucesivamente. Una vez que el mensaje haya sido pasado a través del círculo, se le pide a la última persona que diga el mensaje en voz alta para posteriormente comparar el mensaje final con la versión original.

El mensaje utilizado fue “ Esta noche vamos todo para el Somos Jóvenes”, obteniéndose como mensaje final “ La mujer es joven”.

Posterior a esto se realiza la técnica central “Puro cuento” con el objetivo de evaluar el dominio que los participantes tienen de un tema determinado, donde

el coordinador prepara un cuento el cual contiene fallas en cuanto a la utilización de conceptos o interpretaciones del tema que se ha venido tratando, luego lo lee lentamente y en voz alta. Todos los participantes están sentados, cuando encuentran algo que es falso, se levantan. La persona que coordina pregunta a los que se pusieron de pie por qué creen que es falso, y también a los que se quedaron sentados por qué creen que es verdadero.

El cuento utilizado fue el siguiente:

Mi vecina Clara está muy emocionada pues acaba de comenzar sus estudios universitarios en la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas, en la carrera de Comunicación Social. Dice que está muy a gusto tanto con sus compañeros de aula como con el claustro de profesores asignados. Le realizaron una serie de diagnósticos

la primera semana en los cuales obtuvo notas satisfactorias excepto en física que obtuvo una nota más baja. Lo que más le emociona es la gran similitud que tiene la carrera de Comunicación Social con el Periodismo, pues el sueño de su vida era ser periodista. Clarita se prepara para la semana que viene su primer seminario de Historia de la sociedad.

El único error de contenido que los estudiantes identificaron fue la asignatura de física, lo identificaron 5 estudiantes, los demás no supieron identificar los diversos errores de contenido.

Por último, se realiza una técnica de cierre " Evalúa con un número del 1 al 10".

Donde todas las evaluaciones resultaron de 9 y 10 puntos.

Resumen de la sesión:

La sesión fue muy productiva pues los miembros pudieron trabajar unidos contribuyendo a una buena realización de la misma.

3.5.3. Sesión Grupal 3

Esta sesión grupal se realizó en el aula 14 del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández, como parte de la primera dinámica grupal se realiza una técnica de activación "Nombres y adjetivos" con el objetivo de permitirle al coordinador conocer el estado de ánimo en que se encuentran los participantes. Pues aquí estos tienen

que pensar en un adjetivo para describir cómo se sienten y cómo están. El adjetivo debe empezar con la misma letra que sus nombres.

Ejemplos de estos fueron "Carla se siente cansada" " Anabel se siente animada" "Dalia se siente distraída" " Amanda se siente amada".

Luego se lleva a cabo la técnica central de la dinámica "Fotodebate" con el objetivo de identificar las principales motivaciones de los estudiantes hacia la carrera de comunicación social.

Luego de identificar las principales ideas y conocimientos que poseen los estudiantes sobre la carrera de comunicación social, se colocarán de forma esparcida por la clase

fotografías de los distintos ámbitos de la carrera para que cada uno pueda elegir la que quiera y cada persona le expone al grupo las ideas que la imagen le sugiere respecto al tema. De esta manera los estudiantes podrán identificar qué es lo que más les motiva de la carrera de Comunicación Social y les hizo optar por la misma.

Las imágenes esparcidas responden al trabajo comunitario en grupos, trabajo en empresas e instituciones como relacionista público y encargado de marketing, trabajo en los medios de comunicación radio y televisión, prensa plana, organizador de eventos.

Las imágenes más elegidas fueron relacionista público en una empresa, y trabajo en la televisión, donde los mismos explicaron que les motiva pues “les encanta el trabajo con el público” “adoran el trabajo en medios sobre todo en la televisión pues desde pequeña sueñan con salir en la televisión”.

Posterior a esto se realiza una técnica de cierre “PNI” con el objetivo de conocer el criterio de los estudiantes con respecto a la actividad. Cada participante debe plasmar en una hoja los aspectos positivos, negativos e interesantes de la actividad.

Entre los cuales se expuso que les permitió darse cuenta de que ámbito de carrera les motiva más y a la vez conocer aspectos de la misma y ámbitos que no conocían, señalan que nunca antes habían realizado un trabajo así que debería realizarse con más frecuencia y no solo con la carrera de Comunicación Social sino con todas.

Resumen de la sesión:

Esta sesión fue de gran provecho para los participantes pues les permitió tener un conocimiento más claro y sólido de la carrera de Comunicación Social, identificar qué aspectos de la misma le motivan más y conocer en profundidad en qué consisten cada uno de sus ámbitos.

3.6. Análisis integral de los resultados

El análisis de las diferentes técnicas empleadas en la investigación permitió comprobar la gran organización con que cuenta el proceso de Orientación Vocacional en la provincia de Villa Clara, municipio Santa Clara, pero que muchas veces es insuficiente

el trabajo que se realiza en las escuelas pues existe poca concientización hacia los estudiantes con respecto a las diversas carreras, la mayoría de las veces se trabaja solo con la enseñanza precedente es decir el pre universitario, existe poca divulgación en los medios masivos de comunicación acerca de los modos de actuación de los profesionales que se forman en cada carrera y no se ha logrado del todo la absoluta participación de los estudiantes en las actividades que brinda la carrera.

Es necesario lograr integrar a la mayor cantidad de estudiantes posibles en estas actividades pues disminuirá en gran manera el traslado hacia otras carreras, aumentará la motivación de los que están cursando la misma pues la habrán elegido teniendo el pleno conocimiento de lo que van a enfrentar académicamente y como futuros profesionales y aumentará el total de egresados de la carrera.

Se puede apreciar que los responsables de Orientación Vocacional del centro hacen todo lo posible porque las puertas abiertas se lleven a cabo de la mejor manera posible, que la asistencia de los estudiantes a las mismas es muy buena. Pero que a pesar de que optan por la carrera de Comunicación Social no es satisfactoria su participación en los diversos talleres que ofrece la carrera y que unas de las principales causas a esta falta de motivación es el poco conocimiento que tienen acerca de la misma lo que se debe a su poco reconocimiento social.

En el caso de los estudiantes, poseen grandes problemáticas con respecto al tema de Orientación Vocacional pues no cuentan con el suficiente conocimiento como para enfrentarse al proceso de elección de su carrera, para esto es necesario tomar una serie de medidas y logran hacer un trabajo preventivo de orientación con mayor anterioridad para que los educandos logren conocer en qué consisten las diferentes carreras, así como sus diversos ámbitos de trabajo.

En dicho pre universitario se le da gran importancia al proceso de Orientación Vocacional y existe gran conformidad por parte de este con respecto a la calidad de las actividades que se brindan, aunque es válido señalar la necesidad existente de que se realicen estas actividades con más frecuencia y que participen también los estudiantes de 10mo y 11no grado para que puedan nutrirse de estos conocimientos.

El colectivo del Departamento de Comunicación Social realiza un arduo trabajo para contribuir a las actividades de Orientación Vocacional entre ellas las puertas abiertas pues desde el surgimiento de dicha carrera ha brindado este tipo de actividades, se destaca que uno de las principales causas de desmotivación es el poco reconocimiento social con que cuenta la carrera por lo que es de vital importancia duplicar este tipo de actividades para que todos los estudiantes tengan pleno conocimiento de la misma y sus ámbitos de estudio y trabajo, lo cual favorecerá su elección.

Con relación a la estrategia esta se concibió de manera orientativa, a partir de las necesidades de los estudiantes con relación al tema, y aprovechando las potencialidades con que cuenta dicho pre universitario y el municipio. Se cuenta con una infraestructura apropiada para la para la realización de algunas acciones, y con la colaboración de dicho pre y sus estudiantes para desarrollar las mismas.

3.7. Estrategia de Orientación Vocacional dirigida a los estudiantes de 11no grado que optan por la carrera de Comunicación Social del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández, Villa Clara

Se asume el modelo metodológico de Estrategia de Comunicación propuesto por Ramón Vidal (2004) pues el mismo resulta ser el más afín a la presente investigación, pues esta se basa en las intenciones educativas y aboga por la participación de los sujetos protagonistas de la estrategia.

Somos:

Los estudiantes de 11no grado que optan por la carrera de Comunicación Social del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández.

El pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández cuenta con 30 estudiantes en 11no grado que optan por la carrera de Comunicación Social, a pesar que optan por la misma no cuentan con el suficiente conocimiento acerca de la misma y su participación en las charlas que brinda la carrera es escasa debido a la falta de motivación acerca de la carrera, debido al poco reconocimiento social de la misma.

Debido a esta situación se realiza una demanda desde el Departamento de Comunicación Social de la Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas para la

solución de esta problemática, por lo que se propone una Estrategia de Comunicación para la Orientación Vocacional dirigida a los estudiantes de 11no grado que optan por la carrera de Comunicación Social.

Queremos:

Contribuir a la Orientación Vocacional facilitando el reconocimiento social de la carrera de Comunicación Social en Villa Clara.

Deseamos compartir nuestros mensajes:

Estudiantes de 11no grado del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández que optan por la carrera de Comunicación Social.

Público objetivo:

La presente estrategia de comunicación va dirigida a los estudiantes de 11no grado que optan por la carrera de Comunicación Social. Estas son 30 estudiantes del sexo femenino.

Este público objetivo de esta estrategia se caracteriza por ser jóvenes estudiosas con un gran potencial intelectual y sobre todo por su deseo de alcanzar estudios superiores.

Contexto en que se desarrolla la acción:

Oportunidades:

El pre universitario cuenta con 95 licenciados y 29 máster. De manera general se cuenta con un claustro de mucha experiencia ya que más del 80% de este posee de 15-30 años o más de trabajo en el sector.

Vale expresar como principales fortalezas en primer lugar que se tiene el 100% de cobertura laboral, además de contar con un claustro que en su mayoría se siente comprometido con el trabajo que realiza y que tiene un marcado sentido de pertenencia por la institución, gran estado moral y político del personal docente.

Otra fortaleza constituye el tener completo el consejo de dirección, el que el centro se esté nutriendo de jóvenes comprometidos con el proceso, capaces de ir ocupando cargos de dirección lo que garantiza el relevo posteriormente. Vale destacar que qué

no se manifiestan problemas de comunicación interpersonal entre el claustro y demás trabajadores que laboran en la institución y no se dan casos de agresión verbal, cosa que es muy positivo ya que el ejemplo personal constituye la principal vía de formación de valores en los educandos.

Además, es necesario decir que los valores que prevalecen en el claustro son los que hoy aspira la máxima dirección de nuestro país a partir de nuestro proceso social.

Obstáculos:

Desmotivación por parte de los estudiantes hacia las actividades de la carrera.

Falta de reconocimiento social de la carrera de Comunicación Social.

Recursos con los que contamos:

Recursos humanos:

- Especialistas en comunicación comprometidos con el estudio y la propuesta de la estrategia.
- Claustro de profesores del instituto pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández y su disposición a colaborar.

Recursos materiales:

- Pizarra
- TV
- Papel
- Teléfonos móviles
- Impresora

La siguiente **Estrategia de Comunicación** tiene un período de duración de un año, comenzará en septiembre del 2019 hasta septiembre del 2020.

1- Objetivo general: **Contribuir a la Orientación Vocacional facilitando el reconocimiento social de la carrera de Comunicación Social en Villa Clara.**

Dentro de esta se propone además como objetivos comunicativos:

- Elevar el conocimiento de los estudiantes acerca de la carrera de Comunicación Social.
- Potenciar el reconocimiento social de la carrera de Comunicación Social.
- Favorecer la participación de los estudiantes en las diferentes actividades de Orientación Vocacional que brinda la carrera de Comunicación Social.

2- Caracterización de los mensajes:

La elaboración de los mensajes está en función de incrementar la motivación de los estudiantes hacia la carrera de Comunicación Social y fomentar la participación de todos los profesionales de la comunicación para orientar correctamente a los estudiantes.

El principal mensaje de la estrategia es contribuir al reconocimiento social de la carrera de Comunicación Social.

Los ejes temáticos de los mensajes son:

- Concepciones fundamentales de Orientación Vocacional y Comunicación Social.
- Problemáticas vocacionales.
- Importancia de la Orientación Vocacional.
- Actividades que solucionen problemas vocacionales en dicho pre universitario.

Todas las actividades que se planifican en la estrategia de comunicación tienen en cuenta las necesidades y aspiraciones del público objetivo en cuestión., es por esto que las acciones propuestas están acorde a la institución y a las condiciones de los participantes.

Los mensajes tienen un carácter orientativo pues están encaminados a lograr que todos estos estudiantes que optan por la carrera tengan pleno conocimiento de la misma, tanto de sus campos de estudio como de actuación.

La estrategia tendrá un lema/slogan principal, en el cual se expone de manera creativa el mensaje central de la misma. El mensaje es breve y conciso pues se busca la identificación del público objetivo con el mismo. Dicho slogan se incluirá en todos los soportes comunicativos diseñados.

Por otra parte, es clave utilizar productos comunicativos que estimulen a los participantes. Esto contribuye a que los miembros recuerden posteriormente con mayor facilidad todos los mensajes que se expresen en las diversas actividades.

3- Medios a emplear:

En esta fase se identifican todos los medios comunicativos que están en el escenario de investigación. Se reflejaron los medios directos y mediatizados. En la presente estrategia se hace uso de ambos pues existen múltiples actividades que se realizan cara a cara y otras que requieren promociones y divulgaciones.

4- Acciones y calendario de eventos (Anexo 12)

Descripción de las acciones:

1- Presentar a los estudiantes de 11no grado q optan por la carrera de Comunicación Social la propuesta final de la estrategia.

Objetivo:

- Aprobar la propuesta final de la estrategia antes de su implementación.

Desarrollo:

Con esta acción se busca que todos los estudiantes tengan claridad de todas las acciones que se realizarán como parte de la estrategia y la aprueben para su posterior implementación.

Se realizará el 10 de septiembre en la reunión de grupo correspondiente a esa semana. Se invitará a al encargado de Orientación Vocacional de la provincia

de Villa Clara y a la encargada de Orientación Vocacional de dicho pre universitario para que participen en este espacio.

En ese espacio se repartirá un plegable con el cronograma de las actividades de la estrategia y luego se colocarán en lugares estratégicos como son los murales de dicho pre para que los estudiantes recuerden las fechas y así garantizar su participación en dichos espacios.

2- Realización de talleres con el público objetivo donde se aborden diferentes temáticas sobre la carrera de Comunicación Social.

Objetivos:

- Incrementar el conocimiento en los estudiantes sobre la carrera de Comunicación Social.
- Fomentar en los estudiantes la importancia que posee la carrera.
- Crear conciencia sobre cómo ser un buen profesional de la comunicación.

Desarrollo:

Se van a realizar una serie de talleres los cuales se van a dividir en diferentes temáticas. Los mismos serán dirigidos por profesionales de la comunicación. Se invitará a egresados de la carrera de Comunicación Social para que puedan compartir sus experiencias profesionales con los estudiantes. Los coordinadores deben hacer todo lo posible por llevar a cabo la actividad de manera dinámica y entretenida para captar la atención de todos los participantes. Estos talleres se realizarán en el Aula Temática de la Facultad de Humanidades cada tres meses y cada uno tendrá invitados diferentes

Se tratarán concepciones acerca de la Comunicación Social donde los estudiantes podrán exponer sus conocimientos acerca del tema. Posteriormente un especialista en el tema ofrecerá las principales definiciones, así como sus diversos campos de estudio y actuación. Como complemento se entregarán trípticos a todos los participantes con las informaciones expuestas en el taller.

La realización de estos talleres contribuirá en gran manera a aumentar los conocimientos de dicho público acerca de la carrera de Comunicación Social lo cual constituye de gran provecho para el futuro de los mismos.

3- Realización de charlas de intercambio con egresados de la carrera.

Objetivos:

- Fomentar el intercambio de información entre estudiantes y profesionales de la comunicación.
- Consolidar el conocimiento sobre el profesional de la Comunicación, en el público objetivo.

Estas charlas tendrán lugar en el Aula Temática de la Facultad de Humanidades, tendrán como invitados a egresados de la carrera y a profesores del Departamento de Comunicación Social.

Las mismas serán de gran provecho para los estudiantes pues podrán plantear todas las dudas existentes acerca de la carrera y entre todos realizar una construcción teórica y práctica que satisfaga dichas necesidades de conocimientos.

Y a la vez dichos graduados de la comunicación podrán compartir con ellos experiencias, anécdotas sobre su tiempo de estudiantes, podrán aconsejarlos, intercambiar habilidades, técnicas que los mismos adquirieron en el transcurso de la carrera y que le serán de gran provecho a los mismos en su tránsito por la carrera.

4- Realización de soportes comunicativos.

Objetivos:

- Complementar las acciones propuestas.
- Orientar a los estudiantes sobre la carrera de Comunicación Social.

Esta acción se realiza con el fin de complementar la información que se trata en los talleres y charlas, además de mantener informado al público objetivo sobre el tema. Los encargados de cumplir con esta acción son los autores de la Estrategia en conjunto con profesionales de la comunicación.

Esto contribuirá a la motivación de dichos estudiantes por la carrera, pues en dichos soportes se transmitirá una información clara y concisa acerca de la carrera acompañada por imágenes de estudiantes que opten por la carrera de Comunicación Social.

5- Ubicación de posters en lugares estratégicos.

Objetivos:

- Promover la carrera de Comunicación Social.
- Aumentar la motivación hacia la carrera de Comunicación Social.

Desarrollo:

Los posters se realizarán con imágenes de estudiantes del pre universitario que opten por la carrera de Comunicación Social.

Esto constituirá un reconocimiento para estos estudiantes. Se colocarán en lugares estratégicos como son murales del pre universitario, departamento de la carrera de Comunicación Social, Educación Municipal. Se ubicarán los mismos en el mes de abril en saludo al día del estudiante.

6- Distribución de almanaques de bolsillo donde se resalten las fechas de las acciones ya propuestas.

Objetivo:

- Informar a los estudiantes las fechas de ejecución de estas acciones y a la vez contribuir a su participación en ellas.

Desarrollo:

Esta acción contribuirá a brindarle una mejor información y organización a los estudiantes pues contará con la fecha, horario y lugar que se tiene prevista para cada una de las acciones

Se prevé la elaboración de estos almanaques en el primer mes de la estrategia, así como su distribución por medio del autor de la estrategia y el departamento de Comunicación Social.

7- Realización de un sitio web de la carrera de Comunicación Social.

Objetivo:

- Orientar a los estudiantes acerca de la carrera de Comunicación Social.
- Proveer todos los elementos necesarios sobre la carrera.

Desarrollo:

Esta acción será llevada a cabo por el Departamento de Comunicación Social, donde deben estar toda la información correspondiente a la carrera, antecedentes de la Comunicación Social, campos de acción, esferas de actuación, diferentes disciplinas: de formación general y básicas de la especialidad, objetivos por año académico, todo lo relacionado a las prácticas laborales.

Crear un espacio donde los egresados de la carrera y estudiantes q cursan la misma cuenten que fue lo que les motivó a optar por la carrea, si la misma cumplió sus expectativas como estudiante y profesional y sus principales anécdotas en la misma. Lo cual contribuirá en gran manera a la orientación de los educandos y a que obtengan los elementos necesarios para una elección correcta y satisfactoria.

Para atraer la mayor cantidad de seguidores posible es necesario contar con una actualización y generación de nuevas informaciones contantemente.

8- Divulgación a través de la radio y la televisión municipal información sobre el tema en cuestión.

Objetivos:

- Informar sobre las charlas y talleres que se estarán realizando.
- Fomentar la participación de los estudiantes en dichas actividades.

Desarrollo:

Está acción será llevada a cabo por el departamento de Comunicación Social con ayuda de los medios de comunicación. Se realizará antes de cada charla y cada taller que se vaya a realizar, informando sus fechas, los invitados que guiarán la actividad y

el lugar de realización de los mismos. Además, se utilizará para la divulgación de estas actividades la repartición de sueltos con la información correspondiente.

De esta forma aumentarán las vías para transmitirle la información a los estudiantes lo que contribuirá a un mayor por ciento de asistencia a dichas actividades.

9- Realización de un video institucional, brindando información general de la carrera de Comunicación Social.

Objetivo:

- Incrementar el conocimiento sobre el accionar de la carrera.
- Elevar la importancia y la necesidad de la existencia de comunicadores sociales.

Desarrollo:

El video institucional debe ser un audiovisual que exponga los principales elementos de la carrera de Comunicación Social, sus principales objetivos, valores, campos de estudio y actuación. Debe reflejar los campos en que se desenvuelven los comunicadores y sus formas de trabajo. Se mostrarán entrevistas de estudiantes y egresados de la carrera donde estos compartan sus motivaciones y experiencias.

Esto servirá de guía para estos estudiantes pues podrán darles respuesta a todas sus interrogantes.

10- Realización de charlas educativas con los padres.

Objetivo:

- Brindar orientación e información a los padres de los adolescentes acerca de la carrera de Comunicación Social.
- Lograr una conexión de estos con el proceso en marcha.

Desarrollo:

Esta acción será de gran ayuda tanto para los adolescentes como para los encargados del proceso de Orientación Vocacional pues al estar estos completamente conectados al proceso podrán brindarles asesoría a sus hijos en cuanto a todo lo que se requiere

para una correcta elección vocacional, esto traerá innumerables beneficios para los adolescentes.

Los encargados de llevar a cabo estas charlas es el departamento de Comunicación Social pues cuenta con profesionales capacitados para las mismas.

11-Visitas a los medios de comunicación del municipio de Santa Clara: telecentro Telecubanacán, Radio CMHW, periódico Vanguardia.

Objetivo:

- Dar a conocer a los estudiantes las especificidades de cada medio masivo de comunicación.

Desarrollo:

Esta acción será de gran provecho para los adolescentes pues podrán estar inmersos en las labores que se desempeñan en cada uno de estos medios dado que los medios masivos de comunicación constituyen uno de los campos de actuación más amplios del comunicador social.

Allí se les mostrarán a los adolescentes formas específicas de cada uno de ellos, como, por ejemplo, que requisitos debe tener una información para llegar a ser noticia, pasos a seguir para la correcta redacción de una noticia, que es una cámara, como se manejan, pasos a seguir para la grabación de un programa tanto de radio como de televisión.

Los responsables de llevar a cabo esta acción es el encargado de Orientación Vocacional del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández, el departamento de Comunicación Social en conjunto con los diferentes medios.

12- Elaboración de diplomas de reconocimientos para los estudiantes que se destaquen en las actividades propuestas por la estrategia.

Objetivo:

- Reconocer aquellos estudiantes que se destaquen en la realización de las actividades.

Desarrollo:

Esta acción contribuirá a elogiar la participación de los estudiantes que más se destaquen en las actividades propuestas, lo que contribuirá aumentar su motivación por las mismas.

La elaboración se realizará el primer mes de la estrategia y su distribución tendrá lugar en la medida que se vayan desarrollando las actividades propuestas.

13-Taller de cierre de la estrategia.

Objetivo:

- Arribar a conclusiones sobre los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de las acciones propuestas.
- Compartir experiencias de la participación en las acciones.

Desarrollo:

Se prevé la realización de esta actividad durante el 12mo mes de la estrategia en el Aula Temática de la facultad de Humanidades de la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas. Los encargados de la organización del taller serán el autor de la estrategia, el jefe del departamento de Comunicación Social y el encargado de Orientación Vocacional de la provincia de Villa Clara.

Plan de medios de la Estrategia de comunicación para la Orientación Vocacional.

Acciones:

- 1- Creación de un perfil institucional en las redes sociales sobre temas de comunicación.

Objetivo:

- Fomentar la comunicación en el público objetivo y en todas las personas que visiten la página.
- Ampliar los conocimientos de los mismos respecto a la comunicación.

Desarrollo:

Se creará un perfil institucional en Facebook e Instagram. El mismo contendrá información general de la comunicación y de la Comunicación Social como carrera. Se

tratarán las principales actividades que realiza la carrera relacionada a la Orientación Vocacional y Jornada de Comunicación. Los responsables de actualizar dichos perfiles serán los miembros del departamento de Comunicación Social. Los mismos deben contar con una actualización para obtener un mayor número de seguidores.

- 2-** Realización de coberturas televisivas en los diversos talleres y charlas planificadas.

Objetivo:

- Fomentar la participación en las diversas actividades propuestas en la estrategia.

Desarrollo:

Con esta acción se pretende mostrar a los diversos públicos las actividades que se están llevando a cabo como parte de la estrategia de comunicación y lograr motivarlos a participar en las mismas. Se contará con la ayuda de periodistas y del claustro de trabajadores del telecentro Telecubanacán.

- 3-** Realización de un spot televisivo donde se muestre un panorama general de carrera y se informe sobre las diversas actividades de la estrategia.

Objetivo:

- Promover la carrera de Comunicación Social y las actividades de la estrategia.
- Incentivar a los diversos públicos sobre la carrera.

Desarrollo:

Se realizarán este spot televisivo con el telecentro Telecubanacán, donde se mostrará un panorama general de la carrera y se le estará informando a los diversos públicos sobre la estrategia de comunicación y las actividades que se realizarán como parte de la misma con el objetivo de incentivar al público objetivo a participar en las mismas. Este spot se transmitirá todas las semanas en correspondencia con las actividades que se realicen. Para esto es fundamental trabajar en conjunto el departamento de Comunicación Social con el telecentro Telecubanacán.

4- Discurso básico:

Los productos comunicativos cuentan con información clara y precisa, entendible para el público objetivo y todo lo necesario referente a la carrera de Comunicación Social.

Logotipo: Comunicación Social, UCLV (**Anexo 13**)

Slogan: La opción de tu futuro.

Suelto: (**Anexo14**)

Si te agrada establecer relaciones con otras personas, si le satisface escribir textos, y tus facilidades para la expresión oral y escrita son evidentes, no lo pienses más. En esa carrera podrás sentirte a gusto y con tu labor sentirás gran satisfacción cuando percibas la mejora en comunidades y centros laborales en sus múltiples formas.

Tríptico: (**Anexo15**)

Diferentes disciplinas:

1. Formación general:

Teoría Marxista

Historia de Cuba

Preparación para la defensa

2. Gramática española

3. Comunicación institucional:

Relaciones públicas

Publicidad

Comunicaciones integradas de mercadotecnia

Comunicación organizacional

Comunicación Política

4. Comunicación y lenguaje mediático

5. Lenguaje digital

6. Comunicación y Sociedad
7. Teoría e investigación en comunicación
8. Comunicación y desarrollo:
 - Comunicación para el desarrollo
 - Comunicación y educación

El otro tríptico contará con la siguiente información: **(Anexo 16)**.

El Comunicador Social está dotado de una formación integral en lo político, económico, social y cultural, lo cual le permite perfeccionar los procesos de comunicación en las diferentes esferas de actuación.

La carrera de Comunicación Social es una de las que presenta mayor amplitud en el campo laboral porque abarca tanto lo que tiene que ver con la gestión mediática, como lo que implica a la comunicación en aras del desarrollo económico-social y empresarial.

Se puede ejercer la profesión de comunicador en diferentes campos, la carrera te prepara para que puedas investigar y apoyar a la resolución de problemas o situaciones a partir de la realización de: diagnósticos, planificación de los procesos de la comunicación, implementación y evaluación; en entidades e instituciones culturales, sociales, económicas y comunitarias.

Brinda la oportunidad de elaborar estrategias que permitan fortalecer la identidad e imagen de las diferentes entidades, así como desempeñarse en la esfera de relaciones públicas y ocuparse de la divulgación más efectiva de las acciones socioeconómicas y políticas del país.

Si le agrada establecer relaciones con otras personas, si le satisface escribir textos, y tus facilidades para la expresión oral y escrita son evidentes, no lo pienses más. En esa carrera podrás sentirte a gusto y con tu labor sentirás gran satisfacción cuando percibas la mejora en comunidades y centros laborales en sus múltiples formas.

Campos de acción:

- Comunicación organizacional

- Comunicación política
- Comunicación para el desarrollo
- Comunicación comercial
- Comunicación mediática
- Comunicación digital-reticular
- Docencia especializada
- Investigación y crítica científico-social
- Consultoría especializada

Esferas de actuación:

- OACE
- OLPP
- OSDE
- Sistema empresarial y cooperativas
- Medios, Agencias y Servicios de Comunicación
- Organizaciones políticas, sociales y asociaciones civiles
- Instituciones culturales y comunitarias
- Formas de gestión no estatal
- Instituciones docentes e investigativas

Disciplinas:

De formación general:

- Marxismo-Leninismo
- Historia de Cuba
- Preparación para la defensa
- Educación Física

Básicas de la especialidad:

- Comunicación y Sociedad
- Teoría e investigación en Comunicación
- Lenguajes de la Comunicación

Para el desempeño profesional:

- Comunicación Organizacional
- Comunicación y lenguajes mediáticos
- Comunicación y desarrollo

Los carteles están compuestos por fotografías y diseños. **(Anexo 17 y 18).**

5- Líneas de diseño:

Slogan: El slogan de la presente estrategia es: la opción de tu futuro, se trató de escoger un slogan atractivo, entendible y aceptado por el público objetivo.

El logotipo y la tipografía: se tomó el logo de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas, agregándole al final un cuadrado con una x.

Símbolo: Lo constituye el cuadradito y la x que se agregó al final del logo simulando el optar por una carrera determinada.

Tipografía complementaria: Myriad pro.

Colores: se utilizan tres colores, siguiendo los pasos del logo rector.

Pentone 172c

R221 C0

G74 M89

B34 K0

Dd4a22

Pentone 603c

R231 C17

G221 M11

B66 Y90

e7dd42 KO

Pentone 348c

R54 C92

G104 M46

B66 Y11

366842 K11

Evaluación:

De manera sistemática al comprobar sistemática al comprobar la participación y desempeño de las personas en esos espacios (observación participante, técnica del PNI) y chequear el cumplimiento de las acciones mensualmente en las reuniones de grupos y se realizará un encuentro anual con el público objetivo y la jefa del departamento de Comunicación Social para evaluar la efectividad de las acciones de la estrategia y el cumplimiento de los objetivos.

Conclusiones

1. Existe una planeación estratégica en lo que respecta al proceso de Orientación Vocacional en la provincia de Villa Clara.
2. Los estudiantes a pesar de optar por la carrera de Comunicación Social presentan necesidades de conocimientos en lo que respecta a esta.
3. La participación de los estudiantes en las puertas abiertas es satisfactoria.
4. El canal directo es la vía más utilizada por los estudiantes para adquirir y compartir información y conocimientos, aunque también utilizan canales mediatizados.
5. La estrategia propuesta se concibió de manera orientativa, a partir de las necesidades de los estudiantes con respecto al tema y aprovechando las potencialidades con que cuentan los mismos.

Recomendaciones

1. Evaluar por criterio de especialista la propuesta de estrategia antes de su implementación.
2. Implementar la estrategia propuesta.
3. Evaluar la eficacia de las acciones implementadas.

Bibliografía

1. Aguirre, A. (1996). Psicología de la adolescencia. Barcelona: Boixareu universitaria.
2. Becalli, L. (2003). La familia y su papel en la orientación profesional de sus hijos. Trabajo presentado en el Evento Internacional Pedagogía 2003, La Habana.
3. Carpio, A. y Guerra, L. (2007). Perspectiva de los jóvenes que ingresan a la licenciatura en contabilidad y finanzas en el centro universitario "José Martí Pérez" de Sancti Spíritus. Pedagogía Universitaria. XII, (3), 9-31.
4. Calviño, M. (2004). Actos de comunicación. Desde el compromiso y la esperanza. La Habana. Ed. Logo.
5. Cortada, N. (1991). El profesor y la orientación vocacional. México: Trillas.
6. Cueto, R. (2001). La Educación familiar en Cuba. Apuntes y reflexiones para la superación de profesores de secundaria básica. Comunicações. 8, (2), 35-50.
7. _____ (2007). Curso pre reunión. Apuntes y reflexiones sobre la orientación profesional vocacional pedagógica. Retos y perspectivas en la provincia Sancti Spíritus. Material en soporte magnético.
8. Del Pino, J. (1998). La orientación profesional en los inicios de la formación superior pedagógica: una propuesta desde un enfoque problematizador. La Habana, Instituto Superior Pedagógico: "Enrique José Varona".
9. . _____ y Recarey, S. (2005). La orientación educacional y la facilitación del desarrollo desde el rol profesional del maestro. En: Tabloide Maestría en Ciencias de la Educación. MINED.
10. Echeverría, H., Mondeja, D., Guerra, L., González, M. y Sánchez, R. (2006). ¿Qué voy a estudiar? La Habana: Félix Varela.
11. Fábregas, T. (2009). Actividades de orientación familiar que favorecen el vínculo de la familia con la escuela en el preuniversitario. Tesis de maestría no publicada. Sancti Spíritus, ISP: "Capitán Silverio Blanco Núñez".

12. González, F. (1983a). Motivación profesional en adolescentes y jóvenes. La Habana: Pueblo y Educación.
13. Grinder, R. (1989). Psicología de la Adolescencia. Recuperado el 20/04/07 desde: <http://www.adolescentes.htm>.
14. Hedesa, I. (1988). Cómo orientar hacia las profesiones en las clases. La Habana: Pueblo y educación.
15. Ibarra, L. (2003). La orientación profesional: una experiencia participativa. Recuperado el 12/04/07 desde: <http://www.LaOrientaciónProfesional.com>. La orientación profesional: una experiencia participativa.htm.
16. La orientación profesional-vocacional. Modelo pedagógico para su desarrollo en el preuniversitario. Tesis de Doctorado no publicada. La Habana, ISP: "Enrique José Varona". 70. _____ (2003b). La orientación profesional-vocacional como tarea del proceso formativo en el preuniversitario. Compendio de artículos en soporte magnético.
17. Martínez de Còdes, M. (1998). La Orientación Escolar. Madrid: Sáenz y Torres.
18. Martínez-Otero, V. (2001). Apología de la vocación. Recuperado el 20/04/07 desde: <http://www.comunidad-escolar.pntic.mec.es/657/tribuna.html>.
19. Matos, Z. (2003c). El enfoque social, psicológico y pedagógico del proceso de orientación profesional-vocacional en el preuniversitario. Compendio de artículos en soporte magnético.
20. _____ (2003d). El proceso comunicativo integrador en el preuniversitario. Un enfoque para la orientación profesional-vocacional. Guantánamo, ISP: "Raúl Gómez García". Compendio de artículos en soporte magnético.
21. _____ (2006). Una metodología para la orientación profesional-vocacional pedagógica en el preuniversitario. Ponencia presentada el evento internacional Pedagogía 2007, La Habana.
22. Mc Pherson, M., Del Pino, J., Manzano, R., González, C. y Bosh, R., (2009). La formación vocacional y la orientación profesional. En Seminario nacional de

preparación del curso escolar 2009-2010. (pp. 73-108). La Habana: Pueblo y Educación.

23. Pasquali, A. (1979). *Comprender la Comunicación*. Caracas: Monte Ávila.
24. Rivas, F. (1976). Teorías vocacionales y su aportación a la orientación. *Revista Española de Pedagogía*. (131), 75-106.
25. Rodríguez, Gil y García, (2004). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. La Habana: Félix Varela.
26. Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. (Cuarta Edición). México: Graw-Hill/Interamericana, S.A. de C.V.
27. Torroella, G. (1998). *Movimiento de la orientación en la Educación*. La Habana, ISP: "Enrique José Varona". Artículo no publicado.
28. Vida, J.R. (2000). *Metodología para elaborar una Estrategia de Comunicación con fines educativos*. En J. R. Vidal y M. Alejandro (2004). *Comunicación Educación popular. Selección de lecturas*. (pp. 569 -573). Cuba: Caminos.

Anexos

Anexo 1. Guía de revisión de documentos oficiales.

Objetivos:

- Describir las principales normativas existentes en la provincia en lo que respecta a la orientación vocacional.
- Analizar el tratamiento que se le ofrece al tema de orientación vocacional en el municipio.

Indicadores:

- Sistema de trabajo por el que se rige el municipio.
- Estrategia de orientación vocacional existente.
- Cantidad de veces que se reúnen para orientar y supervisar como se está llevando a cabo el proceso de Orientación Vocacional.
- Orientación que se les brinda a los estudiantes sobre las diversas carreras, dentro de ellas la carrera de Comunicación Social.
- Canales a través de los cuales se lleva a cabo estos procesos.
- Actividades de orientación vocacional que se llevan a cabo.

Anexo 2. Guía de observación participante

Fecha: **Lugar:** **Horario:**

Objetivo:

- Identificar las percepciones de los estudiantes de 11no grado del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández acerca del proceso de orientación vocacional que se lleva a cabo en dicho centro.

Indicadores de la percepción a evaluar:

- Representaciones mentales respecto al objeto.
 - Estado de opinión que verbalicen.
 - Ideas que manejan respecto al objeto y que muestran en sus criterios verbales.
 - Valoraciones críticas respecto al mismo que manifiesten en su lenguaje corporal o verbal.
- Comprender las actitudes de los estudiantes de dicho centro con respecto a la carrera de comunicación social.

Actitudes:

- Estado de placer o displacer con respecto al tema que se aborda.
 - Verbalizaciones que demuestren criterios, reconocimiento.
- Analizar el uso de la comunicación para la divulgación de actividades vocacionales.
 - Carteles
 - Murales
 - Plegables
 - Folletos
 - Identificar mecanismos, que propicien la participación de los estudiantes, en las actividades de orientación vocacional.

Aspectos a observar:

- Acciones llevadas a cabo por el responsable de orientación vocacional del centro para contribuir a una mejor realización de dicho proceso.
- Participación y colaboración de los estudiantes en las puertas abiertas.
- Implicación de los estudiantes en los talleres de la carrera de comunicación social.
- Espacios de socialización en que se llevan a cabo dichas actividades.
- Comportamiento de los estudiantes ante las actividades destinadas a la orientación vocacional.
- Expresiones verbales que manifiestan los estudiantes con respecto a la carrera de comunicación social.
- Gestualidades y expresiones no verbales de los estudiantes respecto a temas o situaciones correspondientes con la carrera de comunicación social.
- Productos comunicativos para promover la carrera de comunicación social y divulgar las actividades de orientación vocacional.

Anexo 3. Guía de entrevista en profundidad a la responsable de orientación vocacional del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández

Fecha: **Hora:** **Lugar:**

Datos sobre el entrevistado (nombre, edad, años de experiencia en su labor)

Objetivos:

- Identificar las necesidades de conocimientos de los adolescentes de 11no grado del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández.
- Diagnosticar las prácticas comunicativas que se llevan a cabo en dicho pre universitario.

Indicadores:

- Referencia de las principales opiniones, ideas y valoraciones de los estudiantes de su pre universitario con respecto a las puertas abiertas que brinda la universidad. Frecuencia con que se realizan estas.
- Descripciones, acciones que se les brinda a los estudiantes sobre las diversas carreras, y específicamente la carrera de comunicación social.
- Cantidad de estudiantes de 11no grado que optan por la carrera de comunicación social, conocimiento q tienen acerca de la comunicación y sus áreas de actuación.
- Importancia que usted le concede a una correcta orientación vocacional, beneficios que esto trae consigo.

Anexo 4. Guía de entrevista en profundidad al responsable de orientación vocacional de la Universidad Central Marta Abreu de las Villas

Fecha: **Hora:** **Lugar:**

Datos sobre el entrevistado (nombre, edad, años de experiencia en su labor)

Objetivos:

- ❖ Identificar las fortalezas y debilidades que posee la universidad en cuanto a la gestión de la comunicación.
- ❖ Describir acciones que se llevan a cabo en las actividades de Orientación Vocacional.

Indicadores:

- Diagnosticar las principales necesidades de conocimientos que poseen los estudiantes.
- Valoración de conocimiento que poseen los responsables de llevar a cabo las puertas abiertas.
- Canales y medios de comunicación utilizados para llevar a cabo la orientación vocacional.
- Vías y espacios de socialización usados para la potenciación de la carrera de comunicación social.
- Mecanismos de retroalimentación utilizados.

Anexo 5. Guía de entrevista en profundidad al jefe del departamento de Comunicación Social.

Fecha: **Hora:** **Lugar:**

Datos sobre el entrevistado (nombre, edad, años de experiencia en su labor)

Objetivos:

- Identificar fortalezas y debilidades que presenta la carrera de comunicación social.

Indicadores:

- Desde cuando la carrera de comunicación social ofrece actividades de orientación vocacional.
- Frecuencia con que se llevan a cabo las puertas abiertas.
- Vías, canales y medios de comunicación utilizados en estas actividades.
- Principales aspiraciones que poseen los estudiantes al optar por la carrera.
- Principales causas de desmotivación de los estudiantes y su traslado hacia otras carreras. Medidas que se llevan a cabo para minimizar estas problemáticas.

Anexo 6. Guía de cuestionario para los estudiantes del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández

Objetivos:

- Analizar el conocimiento de los estudiantes con respecto a las actividades de orientación vocacional y de la carrera de comunicación social.
- Identificar las actividades y comportamientos de los estudiantes, referente a temas o situaciones de orientación vocacional.
- Analizar las vías de comunicación utilizados en dicho pre universitario, que los estudiantes reconocen.

El siguiente cuestionario forma parte de una investigación relacionada con la orientación vocacional en el Pre Universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández. Es necesario que responda de acuerdo con el tipo de pregunta, algunas son de marcar con x, otras de escala para evaluar una situación determinada y otras de mencionar y argumentar. Dicho instrumento es totalmente anónimo, pedimos total sinceridad en sus criterios. Se agradece de antemano su colaboración.

Marque con una x la respuesta correcta.

1. ¿Conoce usted que es orientación vocacional?
 - a) ---- Si
 - b) ---- No
 - c) ---- Tal Vez
2. ¿Se llevan a cabo en su Pre Universitario actividades de Orientación Vocacional?
 - a) ---- Si
 - b) ---- No
 - c) ----- Tal Vez
 - d) ----- No Sé

En caso de que la respuesta sea sí, ¿Cuáles?-----

3. Marque con una x como contribuye usted, desde su propio puesto de estudiante, a una mejor realización de estas actividades de orientación vocacional.

- a) --- Nunca
- b) --- Ocasionalmente
- c) --- Regularmente
- d) --- Siempre

4. ¿Tiene usted conocimiento de la carrera de comunicación social?

- a) ---- Si
- b) ----- No
- c) ----- Tal Vez

5. ¿En las puertas abiertas llevadas a cabo en su pre universitario le han orientado acerca de la carrera de comunicación social?

En caso de que su respuesta sea afirmativa qué es lo que más le motiva de la carrera

6. Marque con una x los espacios que se usan para comunicar informaciones relacionadas a temas de orientación vocacional en el pre

- a) --- Reuniones de grupo
- b) --- Charlas educativas
- c) --- Vías digitales.

7. ¿Le gustaría a usted en un futuro llegar a ser un comunicador social?

a) --- Si

b) --- No

c) --- Tal Vez

Anexo 7. Sesión 1 de Trabajo Grupal

Técnica de presentación: "Presentación por parejas"

Objetivo:

- Permitir al coordinador conocer información sobre los integrantes del grupo que considere necesario.

Procedimiento:

El facilitador da la indicación de que se van a presentar por parejas (uno presenta al otro miembro de la pareja y viceversa), y que los miembros de cada una deben intercambiar determinado tipo de información que sea de interés para todos, por ejemplo, nombre, interés por la actividad a desarrollar, expectativas, etcétera.

Técnica central: "*Lluvia de ideas*"

Objetivo:

- Identificar los conocimientos que cada estudiante posee sobre la carrera de Comunicación Social

Procedimiento:

El coordinador realiza la siguiente pregunta: ¿Qué entiende usted por comunicación social? Cada participante dice una idea a la vez sobre lo interrogado. Mientras se van enunciando las ideas, se van anotando en el pizarrón. Posteriormente se realiza una reflexión grupal sobre todas las ideas.

Técnica de cierre: "Evaluar con una palabra".

Objetivo:

- Evaluar con una palabra el encuentro y las actividades realizadas en el mismo.

Desarrollo:

Cada participante debe expresar mediante una palabra el significado de la sesión realizada, así como de los ejercicios llevados a cabo.

Anexo 8. Sesión 2 de Trabajo Grupal

Técnica de presentación: "Mensajes confusos"

Objetivo:

- Permitir al coordinador conocer el nivel de participación y unidad de los miembros.

Procedimiento:

Los participantes se sientan formando un círculo. Un participante debe pensar en un mensaje largo, susurrar este mensaje a la persona que está sentada a su derecha y así sucesivamente. Una vez que el mensaje haya sido pasado a través del círculo, pida a la última persona que diga el mensaje en voz alta. Compare el mensaje final con la versión original.

Técnica central: "Puro cuento"

Objetivo:

- Evaluar el dominio que los participantes tienen de un tema determinado.

Procedimiento:

El coordinador prepara un cuento el cual contiene fallas en cuanto a la utilización de conceptos o interpretaciones del tema que se ha venido tratando, luego lo lee lentamente y en voz alta. Todos los participantes están sentados, cuando encuentran algo que es falso, se levantan. La persona que coordina pregunta a los que se pusieron de pie por qué creen que es falso, y también a los que se quedaron sentados por qué creen que es verdadero.

Técnica de cierre: "Evalúa con un número del 1 al 10"

Objetivo: Conocer que tan provechosa fue la actividad para los estudiantes.

Desarrollo: Cada participante debe evaluar la calidad de la actividad dando una puntuación del 1 al 10 siendo 10 el máximo.

Anexo 9. Sesión 3 de Trabajo grupal

Técnica de activación: “Nombres y adjetivos”

Objetivo:

- Permitir al coordinador conocer el estado de ánimo en que se encuentran los participantes.

Procedimiento:

Los participantes piensan en un adjetivo para describir cómo se sienten y cómo están. El adjetivo debe empezar con la misma letra que sus nombres.

Técnica central: “Fotodebate”

Objetivo:

- Identificar las principales motivaciones de los estudiantes hacia la carrera de comunicación social.

Procedimiento:

Luego de identificar las principales ideas y conocimientos que poseen los estudiantes sobre la carrera de comunicación social, se colocarán de forma esparcida por la clase fotografías de los distintos ámbitos de la carrera para que cada uno pueda elegir la que quiera y cada persona le expone al grupo las ideas que la imagen le sugiere respecto al tema. De esta manera los estudiantes podrán identificar qué es lo que más les motiva de la carrera de comunicación social y les hizo optar por la misma.

Técnica de cierre: “PNI”

Objetivo:

- Conocer el criterio de los estudiantes con respecto a la actividad.

Desarrollo:

Cada participante debe plasmar en una hoja los aspectos positivos, negativos e interesantes de la actividad.

Anexo 10. Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas

Vicerrectorado Primero

ESTRATEGIA DE FORMACIÓN VOCACIONAL Y ORIENTACIÓN PROFESIONAL (2018-2019)

Introducción:

La UCLV desarrolla una Estrategia de Orientación vocacional y/o profesional, cuyos objetivos fundamentales son:

5. Fomentar la motivación de los estudiantes de Secundaria Básica hacia los estudios universitarios con énfasis en las carreras priorizadas.
6. Orientar a los estudiantes del preuniversitario hacia las carreras que se estudian en la UCLV, fungiendo como orientadores los estudiantes universitarios de las diferentes carreras.
7. Consolidar la motivación de los estudiantes por la profesión que estudian elevando el vínculo socio profesional y preparándolos para su inserción en el ámbito laboral.
8. Perfeccionar el funcionamiento del Colegio de Preparatoria a fin de fortalecer la preparación para el ingreso a carreras universitarias con énfasis en las priorizadas.

La estrategia se desarrolla con acciones centralizadas a nivel de Universidad, y las que de manera independiente desarrollan las diferentes carreras que aquí se estudian. A nivel municipal las acciones son coordinadas desde el CUM. En cada carrera de la UCLV y en los CUM se han creado GTCE de Orientación Profesional, encargados de realizar la Intervención en los preuniversitarios.

PRIMER SEMESTRE:

En el mes de septiembre, el VRDE en coordinación con la Dirección Provincial de Educación y su Departamento de Preuniversitario, planifica la Estrategia de Intervención, la cual presenta a los Directores de los Preuniversitarios en su reunión de la Comisión de Ingreso de este mes y se incorpora al convenio de trabajo entre ambas instancias.

De esta manera, toda la Intervención queda planificada, y es garantizada y controlada por el Departamento de Preuniversitario de la Dirección Provincial de Educación, quedando plasmada en sus planes de trabajo.

La Estrategia de Formación Vocacional y Orientación Profesional en Santa Clara, como cabecera de provincia, la centra la sede central, a su vez se complementa con las acciones del Colegio de Preparatoria y su Gabinete Metodológico de FVOP. En el resto de los municipios de la Provincia de Villa Clara los CUM implementan su estrategia, conciliando el apoyo de los estudiantes Universitarios de la UCLV residentes en los mismos. Todas las carreras planificarán e implementarán su estrategia para la Formación Vocacional y Orientación Profesional. Especial énfasis se tendrá en las carreras de Ciencias Exactas, Biología, Filosofía, pedagógicas y agropecuarias.

Se perfecciona el funcionamiento del Gabinete Metodológico, adscrito al Colegio de Preparatoria, con sede en la Facultad de Cultura Física que servirá de agente coordinador y asesor para la labor de Formación Vocacional y Orientación Profesional, en el que tendrán incidencia todas las carreras universitarias.

En las intervenciones en los preuniversitario se conciben exposiciones con trabajos de curso y resultados investigativos de los estudiantes que cursan las diferentes carreras, dirigidas a los interesados hacia esas especialidades. Además, se ha instalado una Multimedia; así como la difusión de una aplicación para teléfonos móviles de Orientación Profesional en cada preuniversitario. Se distribuyen plegables, y boletines, elaborados por las carreras y los propios estudiantes. La orientación es realizada a estudiantes de secundaria básica y preuniversitario, con énfasis en los de 12mo grado, previa coordinación con sus centros de estudio.

Se realizarán acciones por parte de las carreras con los OACES a fin de orientarlos sobre el perfil laboral de los egresados de las distintas especialidades que se cursan en la universidad.

Se desarrollarán acciones de Formación Vocacional y Orientación Profesional con los IPVC del resto de las provincias centrales, en vínculo con los CES de estos territorios, a fin de motivar a estudiantes de estos centros hacia las carreras de ciencias exactas.

Teniendo en cuenta que el Colegio de Preparatoria tiene como misión fundamental la preparación de estudiantes de 12mo grado hacia carreras priorizadas, se desarrollarán acciones sistemáticas de Orientación Profesional por parte de estas especialidades con dichos estudiantes.

Como etapa final de la Estrategia en el primer semestre se realizan las Puertas Abiertas tanto en la sede Central como en los Municipios, para que los estudiantes del preuniversitario puedan recorrer las instalaciones y conocer más de cerca la Universidad.

SEGUNDO SEMESTRE

En el segundo semestre se continúan desarrollando acciones de FV y OP que deben estar recogidas en las estrategias de cada carrera, con especial énfasis en la Orientación para carreras priorizadas, y la captación de estudiantes de 11no grado para cursar el grado 12 en el Colegio Preparatorio de la Universidad, previa coordinación con la Dirección Provincial de Educación de las provincias de la región central del país.

Como parte de la Estrategia, se realiza orientación profesional a través del curso de Superación Cultural a los estudiantes del diferido que se encuentran en las Unidades Militares. La misma se desarrolla por parte de los estudiantes del GTCE de la sede central y en coordinación con los CUM y el colectivo de profesores universitarios que regularmente los atienden.

Para mayor orientación, los estudiantes del GTCE, conjuntamente con especialistas de las diferentes carreras que se cursan en la universidad, participan en programas radiales y televisivos informando acerca de todo el trabajo que realizan, intercambiando en vivo con jóvenes estudiantes del nivel medio y medio superior. Se establecerá un cronograma para

los programas radiales y televisivos de forma sistemática y se coordinará con los demás medios periodísticos para la conformación de reportajes promocionales de las carreras priorizadas.

Cronograma de actividades para la orientación profesional hacia las carreras:

1. Designar en cada Carrera a un Profesor responsable de la Estrategia de Orientación Profesional. (septiembre 2018).
2. Activar en cada carrera el GTCE de Orientación Profesional creado en el curso 2017-2018. (septiembre-octubre 2018).
 - a. estudiantes motivados y comprometidos con la carrera.
 - b. estudiantes de diferentes municipios de residencia.
3. Confeccionar y actualizar exposiciones sobre las diferentes carreras de la UCLV (según cronograma que aparecerá en los planes de trabajo).
4. Actualizar y reproducir la Multimedia de Orientación profesional (septiembre- octubre 2018).
5. Actualizar y continuar la difusión de la aplicación para teléfonos móviles sobre Orientación Vocacional. (permanente)
6. Realizar la Intervención en los preuniversitarios del Municipio Santa Clara. (A partir de octubre de 2018, se realizarán los recorridos según calendario preestablecido previa coordinación con el MINED)
7. Realizar la Intervención en los Preuniversitarios de los restantes Municipios de la Provincia Villa Clara. (Los CUM, conciben un programa en los municipios a partir de noviembre donde se insertarán los estudiantes del GTCE)
8. Realizar el Día de las Puertas Abiertas Universitarias. (octubre y diciembre)
9. Realizar puertas abiertas especiales de las facultades de sede pedagógica para estudiantes de 11no grado. (noviembre)

10. Participar en el Programa Radial "A tu Aire" (CMHW FM) y en programas del telecentro "Telecubanacán" con información sobre las carreras, a partir de la programación que se concilie con estos medios en el mes de septiembre para todo el curso.
11. Realizar Orientación Profesional a estudiantes Diferidos en las Unidades Militares. (A partir de noviembre a través del Curso de Superación Cultural y la participación de las carreras en el mes de enero 2019.)
12. Realizar la captación de estudiantes de Grado 11 para cursar el grado 12 en el Colegio de Preparatoria y matricular las carreras Matemática, Física y Química y Filosofía, así como para las carreras Pedagógicas. (segundo semestre)
13. Apertura de las exposiciones en el Gabinete Metodológico para la Formación Vocacional y Orientación Profesional. (a partir de octubre 2018).
14. Propiciar la participación de estudiantes integrantes del Contingente Pedagógico Universitario, así como de 4to y 5to año de carreras pedagógicas que están insertados en las escuelas para las actividades de Formación Vocacional y/o Orientación Profesional.
15. Realizar visitas a los centros empleadores para orientar sobre el perfil laboral de los egresados de cada carrera (a partir de noviembre 2018)
16. Realizar intercambios con estudiantes de los IPVC de la región central del país por parte de especialistas y estudiantes de las carreras de ciencias exactas (noviembre 2018 y febrero 2019)
17. Desarrollar actividades de Orientación Profesional con los estudiantes de 12mo grado del Colegio de Preparatoria por parte de las carreras involucradas en este proyecto. (todos los miércoles)

Cronograma para la captación de estudiantes de grado 11

1. Comunicación oficial, a las diferentes instancias provinciales de estas orientaciones y toda la información necesaria para el desarrollo de dicho proceso. Responsable: Dirección Colegio. Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas
Fecha de Cumplimiento: 30 de enero 2018.

2. Publicación de Nota de Prensa, así como el empleo de otras variantes para dar a conocer este proceso a toda la población.
Responsable: Colegio de Preparatoria
Fecha de Cumplimiento: 30 de enero 2018.
3. Visita y conversatorio de Orientación Vocacional de estudiantes del Colegio con alumnos de 11 grado en su centro de procedencia.
Responsable. Colegio de Preparatoria Fecha.
Diciembre, enero y febrero. (viernes metodológico de cada mes)
4. Actividades de Orientación Vocacional por parte de los CUM y docentes a estudiantes de 11no grado en cada territorio.
Responsable. CUM
Fecha. Diciembre, enero y febrero.
5. Recorridos de Orientación Profesional y Captación de estudiantes de 11no grado para cursar el grado 12 en el Colegio de Preparatoria, para su posterior ingreso en las carreras de Matemática, Física y Química, pedagógicas y Filosofía de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas. La fecha para el proceso conciliará con la dirección provincial del MINED en la reunión de noviembre del chequeo del convenio UCLV-MINED y se reflejará en el plan de trabajo.
Responsable: Colegio de Preparatoria.
6. Recepción en los preuniversitarios de las boletas de solicitud de estudiantes de onceno grado para cursar el grado 12 en el Colegio de Preparatoria.
Responsable: Colegio de Preparatoria.
Participantes: Dirección del CFB, Departamentos de Matemática, Física y Química de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, CUM.
Fecha de Cumplimiento: febrero- marzo-abril 2019.
7. Entrega y recepción de resultados de entrevistas, caracterizaciones y boletas de solicitud de estudiantes que optan por el Colegio de Preparatoria.

Responsable: Direcciones de Preuniversitarios y Dirección Provincial del MINED.
Fecha tope de cumplimiento: hasta el 30 de abril 2019.

8. Confección por parte de las Facultades de los Exámenes de Captación para estudiantes interesados en carreras de ciencias exactas.

Responsables: Decanos y jefes de Departamentos de Matemática, Física y Química de la sede central

Fecha: 30/Abril/2019

9. Reproducción de los exámenes para estudiantes que optan por Lic. Matemática, Lic. Física y Lic. Química y su traslado hacia el VRDE

Responsables: Decanos y jefes de Departamentos de Matemática, Física y Química de la sede central

Fecha: 9/mayo/2019

10. Traslado y Aplicación del examen de requisitos, para las carreras de Matemática, Física y Química en las provincias Villa Clara, Cienfuegos, Santi -Spiritus, y Ciego de Ávila.

Responsables: CUM, Decanos de FMFC, FQF y jefes de Dptos. de Matemática, Física y Química, Dirección del Colegio, MINED Provinciales

18/Mayo/2019

11. Calificación de los exámenes en los 10 días hábiles siguientes

Responsables: Decanos y jefes de Dptos. de Matemática, Física y Química

Fecha:3/junio/2019

12. Realizar la selección de estudiantes que optan por carreras pedagógicas, de ciencias exactas y Filosofía con apego al plan de plazas y las prioridades establecidas.

Responsables. Decanos de las respectivas facultades

Fecha: 10 al 14 junio/2019

13. Aprobar la selección en Consejo de Dirección de las Facultades

Creación de la Base de Datos de los estudiantes aprobados para ingresar al Colegio
Envío y publicación de los estudiantes seleccionados a las Direcciones de
Preuniversitarios y Dirección Provincial MINED

Responsables. Decanos de las respectivas facultades

Según programación CD Facultades. FEI y FEM

14. Creación de la Base de Datos

Responsable: Dirección del Colegio de Preparatoria.

Fecha de Cumplimiento: 23 de mayo 2019.

Envío y publicación de los estudiantes seleccionados a las Direcciones de
Preuniversitarios y Dirección Provincial MINED

Responsables: VRDE, Dirección del Colegio, Direcciones de Preuniversitarios y
Dirección Provincial MINED.

Fecha: 21/ Junio/2019

Además de estas acciones de carácter central, las carreras deben desarrollar su propia Estrategia, creando Círculos de Interés que involucren a otros niveles de enseñanza y desarrollando estrategias en la carrera para orientar a los estudiantes hacia el mundo del trabajo.

Se planifican las siguientes actividades:

1. Planificar en coordinación con el Profesor Principal del año académico visitas de orientación profesional priorizando el primer año. (septiembre-octubre 2018).
2. Invitar a profesionales del territorio a dar charlas y conferencias a los estudiantes del primer año de la carrera. (Curso).
3. Utilizar la Practica Laboral de los años superiores para la Orientación Profesional (Curso).
4. Capacitar a los estudiantes integrantes del Contingente Pedagógico Universitario para la labor de Formación Vocacional y captación en los Centros donde imparten la docencia (todo el curso).

5. Otras actividades que planifiquen las Carreras.

Anexo 11. Universidad Central Marta Abreu de las Villas

Facultad Humanidades.

Departamento Comunicación Social.

Acciones de FV y OP para la carrera de Comunicación Social en la UCLV. Curso 17-18, oct. 2017.

FUNDAMENTACIÓN

La enseñanza contemporánea debe estar acorde con los requerimientos actuales, a partir de tener en cuenta las necesidades de los territorios según la superestructura socioeconómica.

Los *Lineamientos generales de la política económica y social del Partido y la Revolución*, en su artículo 146 plantean que hay que formar con calidad y rigor el personal docente que se precisa en cada provincia y municipio para dar respuesta a las necesidades de los centros educativos en los diferentes niveles de enseñanza.

En el artículo 150 se habla de:

Lograr que las matrículas en las diferentes especialidades y carreras estén en correspondencia con las demandas del desarrollo de la economía y la sociedad. Garantizar que la formación vocacional y la orientación profesional que se desarrolla desde la educación primaria, de conjunto con los organismos de la producción y los servicios y con la participación de la familia, potencien el reconocimiento a la labor de los técnicos de nivel medio y obreros calificados.

Al consonar con los Lineamientos la actualidad cubana lleva a que la formación vocacional y la orientación profesional se conviertan en prioridades en las instituciones educativas, por ello es necesario promover a la reflexión y concebir nuevos enfoques.

La **formación vocacional** (FV) y **orientación profesional** (OP) han sido temáticas priorizadas dentro del proceso educativo cubano, puesto que ambas se encuentran dirigidas a la preparación estudiantil relacionada con su incorporación al complejo mundo

de la producción y de los servicios, de modo tal que sean capaces de realizar una selección profesional consciente, fundamentada en sus intereses y posibilidades reales en concordancia con las necesidades sociales.

El momento actual exige que cada institución educativa deba dedicarse a formar los recursos profesionales que constituyen una demanda social, es por ello que resulta importante desarrollar en los educandos, la correcta orientación hacia la profesión y la correcta formación hacia la vocación, pues contribuye a que los sujetos se enfrenten a exigencias, cambios, conflictos que les permitirán elegir el mejor camino a seguir, de manera tal que no se equivoquen cuando asuman una decisión tomada. En estos contextos se presentan una serie de acciones para lograr la formación vocacional y la orientación profesional en la Universidad Central Marta Abreu de Las Villas (UCLV).

El reto de incrementar la matrícula hacia especialidades que se estudian en la UCLV, específicamente en la Facultad de Humanidades, Dpto. Comunicación Social, precisa de implementar acciones que contribuyan a la formación integral de sus egresados. Por lo que el trabajo de FV y OP conserva su vigencia, ya que su fin es solucionar los problemas que afectan el proceso de formación de los especialistas universitarios y el proceso de demanda laboral a partir de ubicar la fuerza de trabajo calificada en organismos y entidades de los territorios.

Para ofrecer estas acciones ha sido necesario tener en cuenta una investigación fáctica, que facilitara el conocimiento de las debilidades que fomentan el estudio de estas temáticas, dentro de las que se hallan:

- ♣ Insuficiente trabajo de formación vocacional y orientación profesional en los centros educativos,
- ♣ En muchas ocasiones solo se orienta a los estudiantes de enseñanza precedentes sobre las plazas que existen y no se realiza un verdadero trabajo de FV y OP,
- ♣ Necesidad de concientizar a los alumnos, sobre el ingreso a determinadas carreras,
- ♣ Fallo en la influencia profesional que deben ejercer los colectivos de carreras,
- ♣ Necesidad de incorporar a la comunidad a cumplimentar con la labor de FV y OV,

- ♣ Insuficiente trabajo cohesionado entre las instituciones educativas y los organismos implicados de los territorios,
- ♣ Ocurren cambios de carrera en los años 1º y 2º por falta de conocimiento sobre cuáles son los modos de actuación del profesional que se forma,
- ♣ No se logran los niveles de permanencia requeridos, en las carreras,
- ♣ Se atenta contra la calidad del egresado, puesto que no se logra la motivación suficiente para que el profesional que se forma asuma con responsabilidad su labor,
- ♣ Insuficiente divulgación de los modos de actuación de los profesionales de las diferentes carreras, a través de los medios masivos de comunicación,
- ♣ No se logran los niveles deseados de participación de los estudiantes, en las actividades organizadas por las carreras.

Las acciones que se presentan tienen como objetivo brindar orientaciones y lineamientos de trabajo concretos a directivos universitarios, profesores, instituciones educativas precedentes, OACES y ONAT de la provincia; acerca de la labor de formación vocacional y orientación profesional, hacia carreras que oferta la UCLV, específicamente la Facultad de Humanidades y el Dpto. de Comunicación Social(CS). Además de convenir lo concerniente a la capacitación, formación y superación con otras instituciones educativas del municipio y la provincia, sobre cómo preparar a la fuerza de trabajo idónea que participa en *la nueva forma de empleo la gestión no estatal*, las que podrán ser enriquecidas con las iniciativas creadoras de los colectivos docentes, procurándose el adecuado desarrollo de esta labor para que se sustente en un trabajo sistemático quien deberá comenzar con la formación de intereses desde la enseñanza precedente hasta el desarrollo de motivos profesionales y el proceso de preparación para la selección profesional en el nivel medio, todo lo cual se reafirmará una vez ingresado el estudiante a la universidad.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

A LARGO PLAZO

Proyectar un sistema de acciones diversas que permitan la consolidación sistemática de la formación vocacional y la orientación profesional hacia las carreras y profesiones con mayor déficit en el territorio, así como la reafirmación de intereses profesionales de los que ya cursan estudios en la Uniss y de sus egresados.

A MEDIANO PLAZO

- Vincular a las instituciones educativas, los organismos implicados (OACE, ONAT) y la comunidad, para participar en la realización de acciones que potencien la labor de formación vocacional y de orientación profesional.
- Brindar asesoría sobre la formación vocacional y la orientación profesional a los cuadros de dirección y organismos del territorio comprometidos con la tarea.
- Lograr que los alumnos opten por las carreras con mayor déficit.

A CORTO PLAZO

- Incrementar la cifra de optantes por carreras humanísticas.
- Elevar el nivel de compromiso y la preparación de los docentes en función de que sean los principales promotores en la labor de formación vocacional y orientación profesional hacia las carreras.
- Perfeccionar el trabajo de formación vocacional y orientación profesional hacia las carreras, enfatizando en la esfera de los sentimientos.
- **En enseñanzas precedentes, fortalecer los siguientes movimientos:**
 - Movimiento de monitores en los niveles que anteceden a la universidad.
 - Las Sociedades Científico-estudiantiles creadas en los centros educativos.

- Detectar, estudiantes con interés hacia determinada profesión y convertirlos en guías del resto, en el trabajo de formación vocacional y orientación profesional.
- Perfeccionar los mecanismos que permitan una atención superior a los estudiantes diferidos durante su permanencia en el S.M.A., que incluya a sus familiares en los correspondientes municipios, así como a los no aptos FAR.
- Incrementar, en la realización de este trabajo, la participación de las organizaciones del Centro y de la Comunidad en la labor de formación vocacional y orientación profesional.
- Utilizar como parte de la estrategia, el influir en la esfera de los sentimientos.
- Fortalecer el trabajo con los estudiantes de los centros de la enseñanza técnica y profesional, para que se motiven por carreras técnicas.

En tal sentido, con las acciones de orientación profesional se toman como ideas fundamentales las siguientes:

- Se debe realizar en la propia institución educativa y la comunidad con la intervención de todos los factores.
- El papel fundamental en esta labor le corresponde al colectivo pedagógico de cada año, los cuales con su unidad de acción ejemplo y trabajo diario, deben estimular el desarrollo de intereses, y motivar hacia la profesión, teniendo en cuenta los modos de actuación de cada carrera fundamentalmente a través de la propia clase, y a partir del aprovechamiento de las potencialidades del contenido, el uso de las nuevas tecnologías, la ejemplificación y la ejemplaridad del docente en su desempeño metodológico.
- Revitalizar el compromiso de cada docente de motivar a los estudiantes para las diversas carreras.

- Todas las actividades que se conciben como parte de la estrategia deben tener como punto de partida el diagnóstico de cada educando, grupo escolar, centro docente y territorio.
- El diagnóstico inicial y sistemático debe permitir a los educadores conocer la situación motivacional que hacia la profesión tienen sus educandos y proyectar su labor en función de esos resultados.
- El movimiento de monitores en los niveles precedentes a la universidad debe constituir la cantera esencial para la incorporación de estudiantes al trabajo vocacional.
- Contribuir a la educación y orientación de los padres en el campo de la FV y la OP.
- Jerarquizar el trabajo de investigación pedagógica en los territorios y filiales, bajo la asesoría de la UCLV, como parte de los proyectos de investigaciones, en el campo de la formación vocacional y la orientación vocacional.
- Aprovechar los diferentes medios de difusión, así como otras vías, software, páginas Web, y otros junto a la comunidad en apoyo a las tareas de formación vocacional y orientación profesional.
- Incluir en los convenios colectivos de trabajo y planes individuales, las actividades concretas de trabajo de orientación profesional y formación vocacional desde la institución educativa, así como el papel de los directivos, consejo de dirección, maestros y profesores en este sentido con vistas a su eficiente seguimiento, control y evaluación.
- Lograr la unidad funcional entre la información profesional que se le brinda a los educandos, el elemento objetivo que debe estar presente en cada tarea desarrollada y la sistemática reflexión y debate de toda la información recibida, lo cual contribuirá a alcanzar un nivel adecuado de autodeterminación profesional en los estudiantes. .

- Cada directivo educacional, debe poseer los conocimientos necesarios acerca de la formación profesional, para de esa forma hacer un uso correcto de los mismos e incidir positivamente sobre los estudiantes.
- Proyectar actividades concretas para los organismos y para las instituciones estudiantiles, y valorar el papel que cada uno de ellos desempeña en el trabajo de formación vocacional y orientación profesional.
- Las tareas vocacionales deben poseer una correcta orientación, hacia la búsqueda de soluciones a problemas escolares, sociales, que puedan ser incluidos en los círculos de interés, sociedades científicas y otras.
- Fortalecer el proceso de entrega pedagógica.
- Precisar el modelo de cada profesional con vistas a realizar un eficiente trabajo, de reafirmación profesional con los estudiantes desde su ingreso a la universidad, lo que debe constituir para alumnos y profesores un gran reto y un estímulo de alto valor moral.
- **Realizar un estudio de la demanda de fuerza laboral que necesita el territorio hasta el 2016 como punto de partida del trabajo para el ingreso a diferentes carreras sobre bases científicas.**
- Garantizar que todo el trabajo de formación vocacional y orientación profesional tenga su base de sustento en un sólido trabajo político ideológico que coadyuve al establecimiento del compromiso de los estudiantes en cada carrera.

A continuación se anexan otras acciones que se pueden realizar por parte de la Facultad de Humanidades de la UCLV.

Acciones que conjuntamente pueden desarrollar la VRD y la Facultad de Humanidades de la UCLV, con vistas a fortalecer la formación vocacional y orientación profesional (**FVOP**).

Octubre 2018.

1. Creación de grupos de FVOP en la Facultad de Humanidades de la UCLV y la VRD.

Resp: Responsable del grupo de trabajo científico de la FVOP en la Fac. de Humanidades de la UCLV F/C:octubre de 2017.

2. Diagnosticar por parte de la VRD cuáles carreras en la Fac. de Humanidades de la UCLV se encuentran más deprimidas y resulta de máxima prioridad atenderlas desde la FVOP.

Resp: Responsable del grupo de trabajo científico de la FVOP en la Fac. de Humanidades de la UCLV F/C:nov 2017.

3. Elaborar plan de temas a desarrollar por parte de la Fac. de Humanidades de la UCLV y la VRD, en instituciones educativas, antecelas de la universidad, para incentivar la FVOP.

Resp: Responsable del grupo de trabajo científico de la FVOP en la Fac. de Humanidades de la UCLV F/C:mayo 2018.

4. Conformar y organizar grupos de trabajos científico estudiantil en los IPU de la provincia con vistas a incentivar la motivación hacia carreras humanísticas en el territorio.

Resp: Responsable del grupo de trabajo científico de la FVOP en la Fac. de Humanidades de la UCLV F/C:

5. Proyectar acciones necesarias para garantizar las condiciones materiales requeridas para el desarrollo del trabajo con la FVOP, (haciendo énfasis hacia carreras humanísticas en la UCLV.

- En los IPU de la provincia realizar actividades como:
 - ✓ Mesas redondas con determinadas temáticas que tengan relación con las Humanidades.
 - ✓ Convocar a concursos cuyas temáticas versen con las carreras de humanidades.

- ✓ Desarrollar olimpiadas del saber en la universidad donde participen los estudiantes interesados por ramas humanísticas y donde se relacionen las disciplinas principales integradoras con las ramas del saber de estas ciencias que estudian en los IPU.
- ✓ Realizar en los IPU (en coordinación con la Fac. de Humanidades de la UCLV) ferias? U otra actividad, de manera que se incentive la motivación hacia estas profesiones.
- 6. Filmar y proyectar spots que reflejen la importancia de las especialidades.
- 7. Filmar programas y realizar entrevistas televisivas y radiales, con el Telecentro y Radio CHW, a profesionales y especialistas del territorio de las carreras humanísticas, de manera que incidan en la FVOP.
- 8. Divulgar artículos donde se destaque la figura de los profesionales de especialidades estas ramas del saber y educadores destacados en estas disciplinas.
- 9. Divulgar artículos por la prensa plana donde se aborden temáticas específicas en esa área del conocimiento.
- 10. Organizar exposiciones de trabajos destacados tanto de estudiantes como de docentes en esa área del conocimiento.
- 11. Elaborar materiales dirigidos a las familias acerca del trabajo de FVOP hacia las especialidades humanísticas y que puedan ser utilizados en consejos de escuelas, consejos de padres y otros (esta acción se realizará con los IPU). Pueden elaborarse boletines por parte de la Universidad para contribuir a la motivación hacia la carrera.
- 12. Proponer al Telecentroque en la realización del programa ... se tenga en cuenta la temática de FVOP hacia carreras deficitarias del territorio.
- 13. Incluir en el plan de temas de trabajo metodológico de la VRD, el tema relacionado con la FVOP y las medidas correspondientes dirigidas a garantizar:

- El cumplimiento con el cronograma de actividades relacionadas con este fin y tener en cuenta la calidad de las mismas.
 - La permanencia de los estudiantes en las carreras.
 - La participación y el protagonismo en la producción de resultados científicos, por parte de docentes y estudiantes, al exponerlos en fórum de ciencia y técnica.
 - El desarrollo del trabajo científico metodológico de las especialidades de Humanidades.
14. Organizar y desarrollar un sistema de estimulación por el trabajo de FVOP en el que se considere:
- Estimular mediante diversas vías a colectivos de disciplinas, años y docentes a que trabajen con mayor sistematicidad en la FVOP hacia la carrera.
 - Estimular a aquellos estudiantes que demuestran: sentir amor hacia la carrera; estar mejor preparados académicamente, laboralmente y en la investigación.
15. Organizar eventos a nivel de carrera donde participen otras universidades, de manera que se intercambien experiencias entre docentes y estudiantes, con vistas a profundizar en las vías más efectivas para lograr despertar la motivación hacia esa profesión.
16. Organizar, planificar y coordinar objetivamente el día de Puertas Abiertas de manera que los estudiantes de los IPU conozcan con profundidad, las características de esa especialidad.
- Visitar centros de producción y de servicios de alto impacto.
17. Capacitar sistemáticamente a directivos de la carrera en cuanto a cómo desarrollar el trabajo de FVOP a partir de la preparación y desarrollo de las clases.
18. Desarrollar actividades extensionistas de carácter informativo en la universidad tales como:

- Charlas.
- Proyección de películas cuya temática tenga relación con el perfil de la carrera.
- Conferencias de especialistas que permitan elevar el dominio de especialidades que se ofertan.

Anexo 12. Cronograma de acciones

Acciones	Objetivos	Fecha	Lugar	Recursos	Responsables-Ejecutores.
1. Presentar a los estudiantes de 11no grado q optan por la carrera de Comunicación Social la propuesta final de la estrategia.	Aprobar la propuesta final de la estrategia antes de su implementación.	10 septiembre	Aula 14 del pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández.	PC, proyector, pizarra	Jefa del departamento de Comunicación Social, autor de la estrategia.
2. Realización de talleres con el público objetivo donde se aborden diferentes temáticas sobre la carrera de Comunicación Social.	Incrementar el conocimiento en los estudiantes sobre la carrera de Comunicación Social, fomentar en los estudiantes la importancia que posee la carrera, crear conciencia sobre cómo ser un buen profesional de la comunicación.	Octubre 2019-septiembre 2020 (segundo martes de cada mes).	Aula Temática	PC, proyector, pizarra.	Departamento de Comunicación Social.
3. Realización de charlas de intercambio con egresados de la carrera	Fomentar el intercambio de información entre estudiantes y profesionales de la comunicación, consolidar el conocimiento sobre el profesional de la Comunicación, en el público objetivo.	Octubre 2019-septiembre 2020 (primer miércoles de cada mes)	Aula Temática.	Pizarra.	Departamento de Comunicación Social.

4. Realización de soportes comunicativos.	Complementar las acciones propuestas. orientar a los estudiantes sobre la carrera de Comunicación Social.	Octubre 2019	Departamento de Comunicación Social.	PC	Departamento de Comunicación Social, diseñadores.
5. Creación de un perfil institucional en las redes sociales sobre temas de comunicación.	Fomentar la comunicación en el público objetivo y en todas las personas que visiten la página, ampliar los conocimientos de los mismos respecto a la comunicación.	Octubre 2019	Facebook, Instagram	PC	Departamento de Comunicación Social.
6. Realización de coberturas televisivas en los diversos talleres y charlas planificadas.	Fomentar la participación en las diversas actividades propuestas en la estrategia.	Octubre 2019- Septiembre 2020	Aula Temática.	Cámara fotográfica.	Departamento de Comunicación Social, telecentro Telecubanacán.
7. Realización de un spot televisivo donde se muestre un panorama general de carrera y se informe sobre las diversas actividades de la estrategia.	Promover la carrera de Comunicación Social y las actividades de la estrategia, incentivar a los diversos públicos sobre la carrera.	Octubre 2019.	Telecentro Telecubanacán.	Cámara fotográfica, PC.	Departamento de Comunicación Social, telecentro Telecubanacán.
8. Ubicación de posters en lugares estratégicos.	Promover la carrera de Comunicación Social, aumentar la motivación hacia la carrera de Comunicación Social.	Octubre 2019.	Pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández, departamento de Comunicación Social, Educación Municipal.	Cartulinas, fotos, tinta, impresora.	Departamento de Comunicación Social, autor de la estrategia.

9. Distribución de almanaques de bolsillo donde se resalten las fechas de las acciones ya propuestas.	Informar a los estudiantes las fechas de ejecución de estas acciones y a la vez contribuir a su participación en ellas.	Septiembre 2019	Pre universitario Capitán Roberto Rodríguez Fernández.	Cartulinas, tinta, impresora.	Departamento de Comunicación Social, autor de la estrategia.
10. Realización de un sitio web de la carrera de Comunicación Social.	Orientar a los estudiantes acerca de la carrera de Comunicación Social, proveer todos los elementos necesarios sobre la carrera.	Octubre 2019		PC	Departamento de Comunicación Social, autor de la estrategia, informático.
11. Divulgación a través de la radio y la televisión municipal información sobre el tema en cuestión.	Informar sobre las charlas y talleres que se estarán realizando, fomentar la participación de los estudiantes en dichas actividades.	Septiembre 2019	Telecentro telecubanacán, radio CMHW.	Radio y televisión municipal.	Departamento de Comunicación Social, telecentro Telecubanacán, radio CMHW.
12. Realización de un video institucional, brindando información general de la carrera de Comunicación Social.	Incrementar el conocimiento sobre el accionar de la carrera, elevar la importancia y la necesidad de la existencia de comunicadores sociales.	Octubre 2019.	Departamento de Comunicación Social.	PC, cámara fotográfica.	Departamento de Comunicación Social, autor de la estrategia.

13. Realización de charlas educativas con los padres.	Bridar orientación e información a los padres de los adolescentes acerca de la carrera de Comunicación Social, lograr una conexión de estos con el proceso en marcha.	Octubre 2019-septiembre 2010 (segundo jueves de cada mes).	Aula Temática.	PC, proyector.	Departamento de Comunicación Social.
14. Visitas a los medios de comunicación del municipio de Santa Clara: telecentro Telecubanacán, Radio CMHW, periódico Vanguardia.	Dar a conocer a los estudiantes las especificidades de cada medio masivo de comunicación.	Noviembre 2019.	Telecentro Telecubanacán, Radio CMHW, periódico Vanguardia.		Departamento de Comunicación Social, encargado de la estrategia.
15. Elaboración de diplomas de reconocimientos para los estudiantes que se destaquen en las actividades propuestas por la estrategia.	Reconocer aquellos estudiantes que se destaquen en la realización de las actividades.	Septiembre 2020.	Departamento de Comunicación Social.	Papel, tinta, impresora, lapicero.	Departamento de Comunicación Social, encargado de la estrategia.
16. Taller de cierre de la estrategia.	Arribar a conclusiones sobre los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de las acciones propuestas, compartir experiencias de la participación en las acciones.	Septiembre 2020.	Aula Temática.	PC, proyector, pizarra.	Departamento de Comunicación Social, encargado de la estrategia.

comunicación.social/uclv 

la opción de tu futuro



Anexo 14



comunicación.social/uclv 

la opción de tu futuro



Si le agrada establecer relaciones con otras personas, si le satisface escribir textos, y tus facilidades para la expresión oral y escrita son evidentes, no lo pienses más. En esa carrera podrás sentirte a gusto y con tu labor sentirás gran satisfacción cuando percibas la mejora en comunidades y centros laborales en sus múltiples formas.

la opción de tu futuro

Anexo 15



Comunicación y Sociedad

Teoría e investigación en comunicación

Comunicación y desarrollo
Comunicación para el desarrollo
Comunicación y educación

comunicación.social/uclv 

comunicación.social/uclv 

la opción de tu futuro

la opción de tu futuro

 42 222559
 Carretera a Camajuani, Km 5 1/2.



Formación general
Teoría Marxista
Historia de Cuba
Preparación para la defensa

Gramática española

Comunicación institucional
Relaciones públicas
Publicidad
Comunicaciones integradas de mercadotecnia
Comunicación organizacional
Comunicación Política

Comunicación y lenguaje mediático

Lenguaje digital

El Comunicador Social

está dotado de una formación integral en lo político, económico, social y cultural, lo cual le permite perfeccionar los procesos de comunicación en las diferentes esferas de actuación.

La carrera de Comunicación Social es una de las que presenta mayor amplitud en el campo laboral porque abarca tanto lo que tiene que ver con la gestión mediática, como lo que implica a la comunicación en aras del desarrollo económico-social y empresarial.

Se puede ejercer la profesión de comunicador en diferentes campos, la carrera te prepara para que puedas investigar y apoyar a la resolución de problemas o situaciones a partir de la realización de: diagnósticos, planificación de los procesos de la comunicación, implementación y evaluación; en entidades e instituciones culturales, sociales, económicas y comunitarias.

Brinda la oportunidad de elaborar estrategias que permitan fortalecer la identidad e imagen de las diferentes entidades, así como desempeñarse en la esfera de relaciones públicas y ocuparse de la divulgación más efectiva de las acciones socioeconómicas y políticas del país.

Si le agrada establecer relaciones con otras personas, si le satisface escribir textos, y tus facilidades para la expresión oral y escrita son evidentes, no lo pienses más. En esa carrera podrás sentirte a gusto y con tu labor sentirás gran satisfacción cuando percibas la mejora en comunidades y centros laborales en sus múltiples formas.

Disciplinas:

De formación general:

- Marxismo-Leninismo
- Historia de Cuba
- Preparación para la defensa
- Educación Física

Básicas de la especialidad:

- Comunicación y Sociedad
- Teoría e Investigación en Comunicación
- Lenguajes de la Comunicación

Esferas de actuación:

- OACE
- OLPP
- OSDE
- Sistema empresarial y cooperativas
- Medios, Agencias y Servicios de Comunicación
- Organizaciones políticas, sociales y asociaciones civiles
- Instituciones culturales y comunitarias
- Formas de gestión no estatal
- Instituciones docentes e investigativas

Para el desempeño profesional:

- Comunicación Organizacional
- Comunicación y lenguajes mediáticos
- Comunicación y desarrollo
- Práctica laboral interdisciplinaria



Campos de acción:

- Comunicación organizacional
- Comunicación política
- Comunicación para el desarrollo
- Comunicación comercial
- Comunicación mediática
- Comunicación digital-reticular
- Docencia especializada
- Investigación y crítica científico-social
- Consultoría especializada

comunicación.social/uclv

la opción de tu futuro

comunicación.social/uclv

la opción de tu futuro

42 222559

Carretera a Camajuani, Km 5 1/2.

Qué es Comunicación Social???

Qué estudia el Comunicador Social???

...

la opción de tu futuro



OPCIONES:

comunicación.social/uclv 

Periodismo ---

Ingeniería en Telecomunicaciones ---

Ingeniería Automática ---

Estudios Socioculturales ---

Ingeniería Química ---

Lengua Inglesa ---

Derecho ---

Licenciatura en Economía ---

Psicología ---

Letras ---

Ingeniería Agrónoma ---



Anexo 18

comunicación.social/uclv 
la opción de tu futuro

