



DISEÑO DE UN CANAL DE YOUTUBE COMO APOYO A LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL

MDI. Karina Antonia Guevara Verdugo
karinaguevara@hotmail.com
Ps. Viridiana Magallanez Ojeda
viridiana.magallanez@gmail.com

Universidad de Sonora



Resumen

El objetivo de la orientación educativa es el desarrollo integral de la persona, el cual no se ubica sólo en contextos escolares, atendiendo al desarrollo de aprender a aprender, emocional, diversidad y carrera. En este último, se puede ubicar la orientación vocacional, la cual es el conjunto de conocimientos, metodologías y procedimientos en donde se apoya sobre la toma de decisiones acerca de su futuro profesional y las opciones de ocupación que puede acceder. El ejercicio de la profesión usualmente se presenta en una forma sincrónica, directamente con los usuarios, sin embargo, en la actualidad, los usos de las nuevas tecnologías de la información establecen retos y estrategias efectivas para la atención profesional. Las TIC son el conjunto de herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como voz, datos, texto, vídeo e imágenes. Se diseñó un canal en YouTube con el objetivo de promocionar spots que orienten al usuario en temas sobre la elección de carrera. Se revisaron diversas contribuciones sobre la herramienta YouTube, con el fin de detectar las oportunidades orientadoras que esta ofrece. Se evaluó el uso del mismo, y se identificó un impacto favorable con un total de 239,246 visualizaciones, y 537 comentarios de usuarios. Se establece que YouTube brinda las facilidades necesarias para que de manera virtual y asincrónica el profesional de la orientación lleve a cabo dos de las principales funciones del orientador: promoción y prevención.

Palabras clave: Orientación vocacional, Nuevas tecnologías de la información y comunicación, YouTube.

Eje temático: aplicación de las tic como herramienta en la práctica de la orientación.

Introducción

Según Vélaz (1998), citado por Alonso y Serna (2016), establece que la orientación educativa puede concebirse como el conjunto de conocimientos, metodologías y principios teóricos que fundamentan la planificación, diseño, aplicación y evaluación de la intervención psicopedagógica preventiva, comprensiva, sistémica y continuada que se dirige a las personas, las instituciones y el contexto comunitario, con el objetivo de facilitar y promover el desarrollo integral de los sujetos a lo largo de las distintas etapas de su vida, con la implicación de los diferentes agentes educativos (orientadores, tutores, profesores, familia) y sociales.

La orientación educativa puede dividirse en el ejercicio de cuatro grandes áreas, enfocados a aprender a aprender, el desarrollo social y emocional, la atención a la diversidad, y el desarrollo de carrera. En este último rubro, el orientador puede ejercer actividades relacionadas al diseño y revisión de programas de orientación académica y profesional; mejora de la madurez vocacional (autoconocimiento, información sobre itinerarios formativos y profesionales, toma de decisiones y planificación en el joven); integración curricular de contenidos relacionados con el mundo profesional; asesoramiento para la inserción en itinerarios educativos y elaboración del consejo orientador; formación y orientación laboral o transición a la vida activa y orientación laboral para la igualdad entre los sexos (Montanero, 2002).

El apoyo en la elección de carrera es a través de la orientación vocacional, también conocida como orientación profesional, la cual usualmente es desarrollada cuando el joven estudiante se encuentra en nivel medio superior, en los últimos semestres, en la transición a sus estudios profesionales. Esta orientación brindada al joven usualmente ha sido ejercida a través de medios tradicionales que implican la presencia y supervisión física del orientador en el centro escolar.

Ministerio de Comunicaciones en 2008, citado por Briceño, Flores & Gómez (2019) postula que el Plan Nacional de TIC define las Tecnologías de la Información y la Comunicación como el conjunto de herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como voz, datos, texto, vídeo e imágenes. Según Tedesco (2000), las TIC incluyen los dispositivos con los que se dispone en la actualidad, estos son la televisión, el ordenador y los teléfonos; el Ministerio de Educación Nacional (2008), propone además, el radio, redes e Internet.

El uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) está creando nuevos patrones de comportamiento en muchos aspectos de la sociedad, incluyendo a las universidades. Debido a que hoy la información se encuentra digitalizada, los recursos en línea representan una de las fuentes más comunes para el aprendizaje entre los estudiantes universitarios (Rodríguez y Fernández, 2017).

En la actualidad, la orientación vocacional se ha limitado dentro de la escuela y las generaciones cada vez se distinguen por el uso de las redes sociales y el intercambio constante de información, esto vuelve mayor el reto de orientar vocacionalmente a los interesados.

Crear un canal en YouTube como apoyo para la orientación vocacional es algo pertinente en la actualidad, ya que en México, de acuerdo con la Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de las tecnologías de la información en los hogares 2016, del INEGI, en ese año había



81 millones de personas con teléfonos celulares, de los cuales aproximadamente 75% tiene teléfonos inteligentes o smartphones, esto nos dice que cada día se vuelve más fácil el acceso a redes sociales en cualquier lugar y cualquier momento (Fernandez, 2019). Esto brinda un buen panorama del comportamiento hacia el uso de redes sociales e intercambio de información inmediata que tiene las actuales generaciones que ingresan a la universidad. Se propone diseñar un canal de YouTube para promover elementos que puedan favorecer la elección de una carrera y el ingreso a la universidad.

En el presente trabajo se establece una estrategia a través de las redes sociales, y de la plataforma de YouTube, como una herramienta de apoyo en el proceso de la elección de carrera del joven, que facilite la asesoría en temáticas relacionadas a este rubro.

Planteamiento del problema

Boza y otros (2001:20) citado por Parras, Madrigal, Redondo, Vale & Navarro, (2008, p. 34) señala que la orientación es un proceso de ayuda continuo y sistemático, dirigido a todas las personas, en todos sus aspectos, poniendo un énfasis especial en la prevención y el desarrollo (personal social y de la carrera), que se realiza a lo largo de toda la vida, con la implicación de los diferentes agentes educativos (tutores, orientadores, profesores) y sociales (familia, profesionales y paraprofesionales).

Las tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son los dispositivos tecnológicos (hardware y software) que permiten editar, producir, almacenar, intercambiar y transmitir datos entre diferentes sistemas de información que cuentan con protocolos comunes. Estas aplicaciones, que integran medios de informática, telecomunicaciones y redes, posibilitan tanto la comunicación y colaboración interpersonal (persona a persona) como la multidireccional (uno a muchos o muchos a muchos). Estas herramientas desempeñan un papel sustantivo en la generación, intercambio, difusión, gestión y acceso al conocimiento (Romani, 2009).

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) son un conjunto diverso de recursos y herramientas tecnológicas que se utilizan para comunicarse y para crear, divulgar, almacenar y gestionar información. Estos procesos constituyen la columna vertebral de la educación (Craig Bruton, Informe mundial sobre la comunicación y la información, 1999-2000).

De acuerdo con Bartolomé (2008), citado por Rodríguez y Fernández (2017) el emplear recursos libres en internet, entre ellos colocar videos de YouTube, en este nivel educativo, desarrolla competencias digitales útiles al terminar los estudios y genera una mayor efectividad y potenciación en la acción tutorial (como soporte para la evaluación frente a sistemas basados en el control de accesos o contribuciones).

El objetivo del presente estudio es la evaluación del uso de un canal de YouTube dirigido a apoyo en la elección de carrera, el cual se desarrolló a partir de la necesidad de dar consejería en temas relacionados al examen de ingreso en la principal universidad del estado de Sonora, en primera instancia, para posteriormente desarrollar videos en donde se fuera estableciendo factores a considerar según la carrera y toma de decisiones.

En los últimos años la tecnología ha avanzado muy rápido, al mismo tiempo la demanda de información por parte de los adolescentes se vuelve inmediata, de tal forma que habría que plantearse la necesidad de ajustar la orientación a estos nuevos cambios. Los estudios educativos sobre YouTube describen su utilidad en la administración de contenidos y la conformación de comunidades de aprendizaje, así como en la formación de habilidades para la búsqueda, selección, almacenamiento y evaluación de contenidos de autoría propia o ajena. De tal manera, YouTube se presenta como un espacio de oportunidad para desarrollar investigaciones en los procesos de enseñanza aprendizaje (Ramírez, 2016).

Se plantea entonces la pregunta sobre, ¿será efectiva esta red social como apoyo para la elección de carrera?, a su vez, el uso de la misma, y la posible evaluación, como estrategia de innovación, apoyaría al esparcimiento de este tipo de recursos, dentro de un proceso sistemático de asesoría en la elección de carrera.

Sustento teórico

Bisquerra (1996) citado por Parras, Madrigal, Redondo, Vale & Navarro, (2008, p. 34) ha definido la Orientación Psicopedagógica como el proceso de ayuda continuo a todas las personas, en todos sus aspectos, con objeto de potenciar la prevención y el desarrollo humano a lo largo de toda la vida. Esta ayuda se realiza mediante programas de intervención psicopedagógica, basados en principios científicos y filosóficos. Por otro lado, Boza (2001) señala que es un proceso de ayuda continuo y sistemático, dirigido a todas las personas, en todos sus aspectos, poniendo un énfasis especial en la prevención y el desarrollo (personal, social y de la carrera), que se realiza a lo largo de toda la vida, con la implicación de los diferentes agentes educativos (tutores, orientadores, profesores) y sociales (familia, profesionales y paraprofesionales).

Puede decirse que existen diferentes tipos de áreas de intervención en la orientación, tales como la orientación vocacional/profesional que se enfoca la mejora de la madurez vocacional (autoconocimiento, información sobre itinerarios formativos y profesionales, toma de decisiones y planificación) del estudiante; la orientación en el proceso enseñanza aprendizaje que es la aplicación de actividades y materiales para el desarrollo de estrategias de pensamiento, comprensión verbal, solución de problemas, estudio de textos, autorregulación de las actividades de estudio; la orientación personal y familiar/psicosocial, o educación emocional y social, mediante actuaciones dirigidas a la mejora de la cohesión del grupo, la integración social, la autoestima, la comprensión, expresión y control de emociones, el entrenamiento de habilidades sociales o la educación en valores, cooperación con las familias en el desarrollo integral; y la orientación con enfoque a la atención a la diversidad e integración social a través del diseño, desarrollo y valoración de programas de atención temprana, adaptaciones curriculares y programas de diversificación curricular, así como el apoyo psicopedagógico a alumnos que presenten problemas específicos de aprendizaje (Montanero, 2002).

Ahora, en cada una de estas áreas, según Caballero (2005, citado en Aceves y Simental, 2013) al orientador se le pueden ubicar diversas funciones, tales como:



- Diagnóstica. Trata la valoración y el diagnóstico de las necesidades del sujeto para posibilitar su autoconocimiento y el desarrollo de su proyecto vital.
- De ayuda. Esta engloba tareas como el asesoramiento y el consejo personal, la formación en la búsqueda y utilización de la información, la ayuda en el proceso de toma de decisiones y el apoyo en el desarrollo del proyecto vital.
- De planificación, organización y coordinación de la intervención. A través de esta intervención participan los programas educativos, con especial atención a los contextos donde se desarrollan los agentes educativos implicados, los recursos y las actividades consideradas.
- De evaluación e investigación de la propia acción orientadora. Se afronta la evaluación en el nivel global y específico, se informa de las investigaciones más relevantes y se utilizan las conclusiones de éstas en la práctica orientadora. Se investiga sobre la propia intervención orientadora.

De tal forma que puede decirse que el orientador es un profesional de ayuda con destrezas, habilidades y vastos conocimientos inherentes a su profesión que lo capaciten para ayudar a los estudiantes a satisfacer sus necesidades y alcanzar sus metas y objetivos. Como profesional de ayuda el Orientador debe estar capacitado para compartir conocimientos y destrezas con estudiantes, docentes, personal administrativo, padres de familia y miembros de la sociedad.

El rol del orientador es realizar estudios sobre las necesidades de los estudiantes, docentes y administrativos, estructurar e implantar programas preventivos y remediales a la problemática que afecte al estudiante, así como ayudar al estudiante a desarrollar destrezas para la toma de decisiones y el manejo de situaciones a nivel personal, escolar, familiar y social, proveer información educativa vocacional y ocupacional a los estudiantes, padres de familia, docentes, administrativos y la sociedad, apoyar al estudiante a identificar las variables que influyen en su vida y las consecuencias que estos tienen en su desarrollo y comportamiento, colaborar en la participación, revisión, implantación y evolución de los currículos que llevan los estudiantes y de otros programas en que participen, ofrecer servicios de asesorías individuales y grupales, que para facilitar que el estudiante examine sus situaciones o problemas e identifique las estrategias adecuadas para solucionarlas.

Además de todo esto, el orientador que apoye en el desarrollo de carrera, deberá de recopilar, analizar y mantenerse informado sobre las opciones educativas que ofrecen otras instituciones de educación superior, así como las nuevas opciones que se vayan creando. Es necesario que para el cumplimiento de este rol requiera mantenerse actualizado sobre los conocimientos teórico-prácticos de su profesión, así como de las tendencias ocupacionales y el desarrollo socioeconómico de la región y del país, servir de consultor, coordinador y mediador ante o entre las personas, entidades o instituciones que puedan afectar al estudiante o que puedan contribuir a la solución de sus problemas y desarrollar estrategias dirigidas a que la sociedad sea más creativa a las necesidades de los estudiantes y al desarrollo de la Universidad como Institución, principalmente, también en el uso y desarrollo de nuevas estrategias para la atención del es-

tudiante, con el fin de responder a las nuevas demandas y retos que se le planteen (Aceves y Simental, 2013).

El uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) está creando nuevos patrones de comportamiento en muchos aspectos de la sociedad, incluyendo a las universidades. Debido a que hoy la información se encuentra digitalizada, los recursos en línea representan una de las fuentes más comunes para el aprendizaje entre los estudiantes universitarios (Rodríguez y Fernández, 2017).

La interacción constante de los estudiantes con el celular, Tablet y otros dispositivos conectados a internet, brinda la oportunidad a los profesionales de la orientación de estar en contacto constante a través de redes sociales, así como hacer llegar información que apoye a orientar a los interesados.

Una de las grandes revoluciones sociales que ha traído Internet son las redes que conectan a la gente en todo el planeta. Las redes sociales actúan como puntos de encuentro donde es posible acceder a información, compartir impresiones, consultar archivos y recursos disponibles a tiempo real, como es el caso de *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, etc. Pero aún más útil que tan solo el intercambio de fotos, videos o mensajes, es la creación de otra clase de redes sociales, aquellas que tienen como fin el apoyo y la difusión de diversos temas (Nass, 2011).

Las NTIC están originando un profundo cambio que afecta a la Orientación educativa, pues ponen a disposición de los profesionales de la orientación y del alumnado numerosos recursos que pueden favorecer tanto los procesos de información personal, académica y profesional, como la toma de decisiones (Parras, Madrigal, Redondo, Vale & Navarro, (2008). En 2002, Pantoja citado por Parras, Madrigal, Redondo, Vale & Navarro, (2008), postula que las constantes que definen esta nueva tendencia en la Orientación, de cara al futuro, son las siguientes: la auto orientación, el teletrabajo, la formación continua y adaptación a nuevos puestos de trabajo, las nuevas formas de acceso al mundo del empleo, y las relaciones personales.

En 2008, Parras, Madrigal, Redondo, Vale & Navarro, postulan que para Vélaz (1998) el uso de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación no constituye un modelo del mismo rango que el resto, sino un recurso psicopedagógico muy valioso, ya que éstas pueden liberar al orientador u orientadora de tareas formativas y permitirle centrarse en las de consulta. La razón que aduce para no considerarlo un modelo es que no se ajusta a ninguna de las acepciones que definen el concepto de modelo. Más bien sería un recurso que permita la atención a mayor población, de una forma masiva, respondiendo a las necesidades actuales.

Como señala Repetto (1994), citado por Parras, Madrigal, Redondo, Vale & Navarro, (2008, p. 96) en la práctica de la Orientación hay seis áreas en las que pueden utilizarse los ordenadores como recurso:

- Orientación personal: programas para la superación del estrés, prevenir la drogadicción, el desarrollo social y emocional o la toma de decisiones personales, entre otros.
- Orientación de la carrera: identificar conceptos clave del desarrollo de la carrera, especificar los datos relevantes de la formación ocupacional, preparar currículos, desarrollar habilidades y destrezas para la búsqueda de empleo y la eficacia en su ejercicio.



- Consejo académico: técnicas de estudio, elección de optativas y estudios futuros, etc.
- Diagnóstico: entrenamiento en la realización de test, administración, corrección e interpretación de pruebas
- Administración: horarios, registros, estadísticas, etc.
- Formación de orientadores: simulación de la técnica de entrevista y de roleplaying, clasificación de problemas, establecimiento de metas y objetivos, examen de problemas relacionales entre orientador y cliente, métodos de orientación para situaciones específicas, etc.

YouTube se distingue como un medio de comunicación asincrónico, transmisor e interactivo; clasificada para compartir videos y crear comunidades en torno a recursos compartidos. Las investigaciones educativas recabadas en el estudio de Ramírez (2016) destacan su utilidad como herramienta docente para la administración de contenidos, constitución de comunidades de aprendizaje y formación de habilidades para la búsqueda, selección, almacenamiento y evaluación de representaciones audiovisuales de autoría propia o extraña.

Existen varias plataformas para compartir videos educativos, y una de las más aceptadas por los educadores es YouTube Snelson, (2011) citado por Ramírez (2016). La adscripción a YouTube ha sido progresiva y actualmente existen 150 centros universitarios que ofrecen cerca de 20,000 videos en varios campos como Derecho, Historia, Ingeniería y Ciencias, entre otros en 2016, Ramírez citando a Castañeda, (2009). A nivel internacional, universidades como Berkeley y Stanford, además del Instituto Tecnológico de Massachusetts, hacen uso de canales educativos para mejorar el aprovechamiento académico de sus alumnos.

En 2017 Ramírez cita un estudio para México de Chávez y Gutiérrez (2015) encontraron que las redes sociales facilitan el aprendizaje de ciencias exactas en la educación superior, y las más utilizadas son WhatsApp, con 97% de los alumnos en promedio, seguida de Facebook, con 90%, así como YouTube, con 71%. En 2016, Ramírez cita a Sysomos Inc. (2010), en general *YouTube* es un punto de encuentro para quienes quieren exhibir y ver un video, lo cual representa una circunstancia favorable para realizar actividades de enseñanza y de aprendizaje. Por ejemplo, al buscar la palabra *Educación* nos ofrece más de 3,450,000 resultados; mientras *Education* arroja más 11,000,000 videos. Sin embargo, la mayor proporción de reproducciones está en las categorías música (31%), seguidas por entretenimiento (15%) y sociales (11%). La categoría educación apenas alcanza el 4.1% de los videos resguardados.

De tal forma, el desarrollo de videos de YouTube para la orientación vocacional, puede ser una estrategia innovadora que permita asesorar a un gran número de población, así como apoyar en la toma de decisiones, brindando una alternativa para la atención, sobretudo en centros escolares donde la población es numerosa, lo que disminuye la probabilidad de un seguimiento y asesoramiento personalizado.

Método

Objeto de estudio

Se creó un Canal de YouTube llamado TIPS Examen de Admisión a la Universidad Exhcoba, enfocado a brindar información al público en general con el fin de que puedan tomar la decisión de ingresar a la universidad. Se crearon 24 spots, 17 de ellos basados en el simulacro Exhcoba del examen de admisión a la universidad, 2 relacionados a resolver dudas respecto a las materias que evalúa el examen de admisión según las diferentes carreras, uno de historia universal, política e introducción a las ciencias políticas, uno relacionado al top de las 7 carreras más demandadas, y un vídeo que en cuanto se accede al canal, se reproduce y presenta el contenido y en general habla del concepto del canal.

Objetivos del canal

El diseño de un canal de YouTube dirigido a los aspirantes de ingreso a la universidad, tiene como objetivos generales:

- Poner al alcance información sobre cómo está conformado el simulacro Exhcoba de examen de admisión a la universidad.
- Orientar sobre las materias o áreas que se evalúan según la carrera de interés.
- Informar sobre opciones profesionales con más alta demanda.
- Compartir resúmenes de historia universal, que se evalúan dentro del examen de admisión a la universidad como conocimiento de cultura general.
- Aconsejar sobre autocuidado personal.

Procedimiento

En un primer momento se diseñó el canal de YouTube con un nombre que pudieran encontrar con facilidad, las personas interesadas en ingresar a la universidad. Esto se logró a partir de la utilización de metadatos para posicionar el canal y los videos en los primeros resultados que arrojan los buscadores YouTube y Google. El uso de metadatos para el diseño del canal, consistió en lo siguiente:

1. Crear canal: El nombre del canal coincidió en el mayor número de palabras posibles con el nombre del archivo del video.
2. Crear el video: Se creó el video desde cero y se guardó en la computadora con el mismo nombre del título con el que se subió al canal.
3. Subir video al canal: Se subió el video y se le puso con el nombre que tenía desde que se guardó como archivo en la computadora.
4. Descripción del video: Al subir el video y llenar el apartado de “descripción del video” se utilizan palabras que tiene el título del video y el nombre del canal.



5. Palabras claves: En la parte inferior de la página de YouTube, para finalizar de cargar el video, se encuentra el apartado de “palabras claves” donde fue necesario poner una por una las palabras que coincidían con el nombre del archivo, el nombre del canal, el título del video en YouTube y la descripción del video.

Por otro lado, se diseñó un logotipo atractivo referente a la educación virtual y la preparación al examen de admisión, así como la imagen de entrada del canal que consiste en diferentes conceptos relacionados con conocimientos evaluados en el examen de admisión a la universidad.

Los tipos de videos creados se distribuyeron con las siguientes temáticas: simulacro del EXCHOPA que es el examen de admisión a la universidad, habilidades cuantitativas, habilidades verbales, conocimientos generales, en física, química, biología, español, ciencias sociales, lenguaje, ciencias naturales, historia de Mesoamérica, historia de la revolución inglesa, historia universal, culturas prehispánicas, historia del colonialismo, historia siglo de las luces, ciencias sociales: descubrimiento de américa, especialidad en ciencias sociales, especialidad en historia universal, ciencias políticas, top 7 carreras más demandadas, y tips en general para presentar el examen de admisión a la universidad.

Instrumentos

Para la evaluación del canal se utilizaron dos estrategias, una de ellas el número de visualizaciones y conteo de comentarios de cada uno de los videos, a través de una herramienta de la misma plataforma que se llama analytics, por los cuales se realizó una lista de cotejo para la recopilación de la información que te brinda directamente la página a través de la herramienta. Esta lista de cotejo también se hizo para los comentarios, sin embargo, sólo se recopilieron elementos generales en un primer momento para análisis posteriores. Por otro lado, también se obtuvieron los datos generales de la población que observa los videos.

Resultados

Se identificó que la visualización al canal en general cuenta con un total de 238,864. En la tabla 1 se puede observar la cantidad de reproducciones por cada uno de los videos, así como aquellos video más comentados. Los videos se encuentran ordenados de mayor a menor número de vistas. Como puede observarse, los spots más reproducidos fueron aquellos relacionados a contenidos del examen de admisión más generales, es importante señalar, que arriba de 10,000 vistas, se encuentran también los tips para el examen así como el video de las carreras con más alta demanda.

Tabla 1

Análisis de los videos subidos al canal.

No.	Nombre del video	Visualizaciones	Comentarios	Duración (minutos)
1	Cuantitativas	46,715	94	08:53
2	Verbales	42,603	145	06:53
3	Física	19,045	34	05:40
4	Español	11,162	9	06:30
5	Química	12,891	21	03:50
6	Biología	11,444	16	03:52
7	Lenguaje	9,475	24	07:34
8	Ciencias sociales especialidad	8,572	2	06:27
9	Historia de México	10,026	79	04:58
10	7 tips para entrar a la universidad	10,802	20	03:06
11	Culturas prehispánicas	4,323	10	12:00
12	Ciencias naturales	8,380	15	04:19
13	Ciencias sociales básicas	6,381	7	04:11
14	Ciencias administrativas	5,660	3	08:22
15	Historia universal	5,576	5	03:12
16	Mesoamérica	5,984	10	03:04
17	Top 7 carreras más demandadas	3,653	13	05:41
18	Historia universal	4,958	7	02:11
19	Colonialismo	2,965	4	03:00
20	Descubrimiento de américa	2,039	2	03:28
21	Siglo xviii siglo de las luces	2,229	4	02:28
22	¿Qué es la política?	1,117	1	02:37
23	¿Qué es el canal?	2,136	2	01:01
24	Ciencias políticas	1,109	10	01:24
	Total	239,246	537	135:07

Resultado de las reproducciones, comentarios y duración por cada video compartido en el canal de YouTube. Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, en relación a los comentarios, la mayoría era solicitando el diseño y explicación de una especialidad del examen, es como a partir de esto se desarrollaron spots específicos para el examen de admisión tales como especialidad de ciencias sociales, o historia universidad, entre otros.

Por otro lado, se identificó que de las personas que observaron los videos, el 61.6% es de sexo femenino y el 38.4% masculino, donde el 94.7% se encuentra dentro de un rango de edad entre 18 y 24 años, y el 5.3% entre 25 y 35 años. El 90.1% no está suscrito a YouTube, y el 9.9% si lo está, además el impacto en la región, el 87.4% procede de México, sin embargo, ha sido visitado por personas en Perú, Guatemala, Estados Unidos, Colombia, entre otros.



En un análisis más específico, las solicitudes en los comentarios iban relacionadas a materias que evalúa el examen de admisión en carreras específicas, esto ayuda mucho para la elaboración de nuevos videos. Algunos de los tipos de comentarios pueden observarse en la tabla 2.

Tabla 2.

Ejemplo de comentarios realizados por usuarios.

Usuario	Tiempo que posteo	Comentario
1	3 semanas	<i>“Me podrían pasar el link de descarga por favor????”</i>
2	4 días	<i>“Hola, Que me recomiendas para estudiar si voy por Lic. En Geología”</i>
3	3 meses	<i>“Recomendaciones para el examen de química en UAQ?”</i>
4	7 meses	<i>“ps estoy estudiando tus videos para poder hacer el examen de la unison 2019, crees que el examen cambie para el año que viene. ”</i>
5	7 meses	<i>“Estoy postulando para medicina q me recomiendas estudiar en matemáticas”</i>
6	11 meses	<i>“Que temas debo estudiar si voy a la carrera de licenciatura en nutrición?”</i>
7	1 año	<i>“TIPS Examen Admisión Universidad / Exhcoba hola mire algunos videos y quería preguntar si en la universidad de sonora está actualizada o hubo algún cambio gracias saludos.”</i>

Descripción del tipo de comentarios realizados por los usuarios y el tiempo en el que fue posteado. Fuente: elaboración propia.

Análisis y discusión de resultados

Como pudo observarse en los resultados, la facilidad de la red social para el intercambio de comentarios vuelve al canal un espacio para la retroalimentación inmediata y constante. Por medio de los comentarios los usuarios expresan sus dudas y dan consejos tanto para la mejora del canal, así como para expresar sus necesidades de orientación. Las dudas más comunes son relacionadas a la convocatoria actual de la universidad y qué materias evalúan según carreras específicas. Es así, que por medio de los comentarios, se detectan nuevas necesidades y temas, este análisis es esencial para la creación de futuros videos.

La creación de nuevos videos es necesaria, ya que por medio de los comentarios se expresan diferentes tipos de dudas que aún no se abordan dentro de los spots del canal. A partir de estas dudas y conforme va aumentando el número de reproducciones, comentarios y suscripciones en el canal, se concluye que existe una alta demanda sobre la información del examen de admisión a la universidad de todas las carreras, así como el apoyo en la elección de carrera en los usuarios.

Para llegar a más gente se debe dar una identidad al canal, que tenga que ver con la orientación vocacional. La utilización de metadatos es indispensable, pues estos ayudan a poner a mayor alcance la información al momento de buscar el tema en el buscador de YouTube y google. Por otro lado, el diseño de materiales y videos que apoyen a la toma de decisiones y elección de carrera permitirá que el usuario se encuentra más informado en este proceso crucial de su vida.



Conclusiones

Es bastante importante adaptarse a las nuevas formas de comunicación y ritmo de vida virtual que actualmente tienen las generaciones, estar disponibles en una red social, vuelve el trabajo de la orientación más interactiva, amena y eficaz. El utilizar spots como recurso de orientación hace que los usuarios puedan tener acceso a la información en más de una ocasión y en el momento que su ritmo de vida les permita.

En la actualidad YouTube es utilizado con más frecuencia para otros motivos que no son la educación, lo que establece que los profesionales de la educación y la orientación aún no aprovechan esta herramienta. Los usuarios de YouTube van en aumento, así que la oportunidad de generar contenido orientador y que las personas lo vean, es cada vez mayor.

Un canal de este tipo apoya en la práctica de la orientación, almacenando información para que las personas puedan consultarla de manera asincrónica, es decir, que vean los videos cuantas veces sea necesario, así el usuario resuelve sus propias dudas y si no es posible las deja en un comentario que será respondido más tarde sin necesidad de verse cara a cara o transportarse a algún lugar, ya sea por el administrador o por los mismos subscriptores del canal.

Recordando que las principales funciones del psicólogo son la promoción, prevención y corrección, estas dos primeras se ajustan a las funciones de la orientación educativa, de tal forma se puede apoyar del uso de las redes sociales para cada tipo de intervención específica. Se propone diseñar y subir los siguientes videos en relación a la elección de carrera, como ejemplo de posibles spots:

- Videos de charlas a sociedades escolares de padres sobre el proceso de admisión a la universidad, opciones de carreras y universidades.
- Video con técnica de solución de problemas para la elección de la carrera.
- Video de boletín con información de fechas de inscripción
- Video para padres enseñándoles el proceso de admisión a la universidad.
- Video de un manual para resolver el simulacro de admisión a la universidad

En cualquier ámbito profesional, el uso de redes sociales se convierte en un recurso de comunicación, mismo que aporta inmediatez en el intercambio y entrega de información. Específicamente en el área de la psicología, se tiene la oportunidad de generar un punto de encuentro en el cual se brinde información y exista una retroalimentación constante sobre dudas generadas a partir de la información compartida.



Referencias

- Aceves, Y., & Simental, L. (2013). “La orientación educativa en México. Su historia y perfil del orientador”, en *Revista pliquen*, v. 15, (10), 3.
- Alfonso, I., & Serra, R. (2016). “¿Por qué es necesaria la orientación educativa en la universidad de hoy?”, en *Referencia pedagógica*, (01).
- Briceño, L., Flores, R., & Gómez, D. P. (2019). “Usos de las tic en preescolar: Hacia la integración curricular”, en *Panorama*, v. 13, (24), 21–32.
- Fernández, A. (2019). “El efecto del celular en la familia”, en *Alethéia. Revista ieu universidad*.
- Meneses, G. (2006). “Universidad: NTIC, interacción y aprendizaje”, en *Edutec. Revista Electrónica de la Tecnología Educativa*, (20).
- Montanero Fernández, M. (2002). “Áreas prioritarias de la orientación en el contexto educativo. Una propuesta de revisión”, en *Educación*, v. 21, (5).
- Nass, I. (2011). “Las redes sociales”, en *Revista Venezolana de Oncología*, v. 23, (3), 133.
- Parras, A., Madrigal, A. M., Redondo, S., Vale, P., & Navarro, E. (2008). *Orientación educativa: fundamentos teóricos, modelos institucionales y nuevas perspectivas* (Ed. rev.). Madrid, España: Secretaría General Técnica. Subdirección General de Información Educativa (CIDE).
- Ramírez, M. I. (2016b). “Posibilidades del uso educativo de YouTube” en *Ra Ximhai*, v. 12, (6), 537–546.
- Rodríguez, M. C., & Fernández, J. (2017). “Uso del recurso de contenido en el aprendizaje en línea: YouTube”, en *Apertura*, v. 9, (1).
- Romaní, J. C. C. (2009). “El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de TIC en la sociedad del conocimiento”, en *Zer: Revista de estudios de comunicación*, v. 14, (27), 313
- Valenzuela, J. E. (2014). “Perfil de competencias profesionales del psicólogo”, en *Programa docente de psicología*. Universidad de Sonora.