

**RELACIÓN ENTRE CONSUMO DE CANALES DE YOUTUBERS Y LOS  
INTERESES VOCACIONALES EN ADOLESCENTES  
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**LUIS MEDARDO CASTRO  
SANDRA PAOLA PARADA BLANCO  
DAIRON DE JESUS ROA ROSADO**

**UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR SEDE CÚCUTA  
PROGRAMA ACADÉMICO DE PSICOLOGÍA  
San José de Cúcuta, junio, 2019**

**RELACIÓN ENTRE CONSUMO DE CANALES DE YOUTUBERS Y LOS  
INTERESES VOCACIONALES EN ADOLESCENTES**

**LUIS MEDARDO CASTRO**

**SANDRA PAOLA PARADA BLANCO**

**DAIRON DE JESUS ROA ROSADO**

**MANUEL ERENESTO RIAÑO GARZON**

**DOCENTE ASIGNATURA INVESTIGACIÓN PSICOLÓGICA III**

**ANNIE JULIETH ALVAREZ MAESTRE**

**DOCENTE TUTORA**

**UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR SEDE CÚCUTA**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE PSICOLOGÍA**

**San José de Cúcuta, junio, 2019**

## Tabla de contenido

Introducción.....	1
Problema .....	3
Planteamiento del Problema .....	3
Formulación del Problema .....	6
Justificación .....	7
Objetivos.....	11
Objetivo general.....	11
Objetivos específicos. ....	11
Marco Referencial .....	11
Antecedentes o Estado del Arte .....	11
Marco Teórico.....	29
Marco Conceptual.....	39
Marco Contextual.....	40
Marco legal .....	41
Diseño Metodológico.....	43
Diseño Investigativo .....	45
Población y Muestra .....	46
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	47
Análisis de Resultados .....	50
Discusión.....	63
Conclusiones.....	66
Referencias Bibliográficas.....	69

## Introducción

Las exigencias actuales del mercado laboral y las nuevas tecnologías han hecho que los intereses vocacionales en los adolescentes cambien, en épocas anteriores las carreras o profesiones eran escogidas básicamente por los padres de familia, obviando los gustos, preferencias, capacidades y/o habilidades propias del individuo. Las profesiones son actividades de tipo económico que llevan a cabo los individuos, con el fin de ofrecer a la sociedad un bien o servicio que satisfaga una necesidad y permita su evolución como sistema humano, realizando una retribución en el individuo principalmente de tipo monetaria y de hecho gratificante también para su vida.

La etapa de la adolescencia, es un periodo donde todavía se está en la búsqueda de la identidad, se está expuesto a muchos riesgos, nuevas experiencias, y aún no se ha adquirido la madurez suficiente para de alguna manera tomar las mejores decisiones respecto a lo que será el futuro (García, Olivares y Racionero, 2017). Las cuales, se ven impactadas por los padres, el colegio, los amigos, los pares y las tendencias de la época.

Es aquí donde el ser humano se cuestiona entre muchas otras cosas sobre su futuro vocacional, ¿para qué soy bueno?, ¿a qué me quiero dedicar en la vida?, ya que, este implica parte fundamental de lo que será su identidad madura, sus gustos, su afinidad, sus capacidades y habilidades, es decir la cara con la que se mostrará al mundo desde su calidad como ser adulto.

Las épocas cambian, están mediadas por nuevas influencias y nuevos actores, en esta cohorte los adolescentes están mediados por las tecnologías de la comunicación, entre las cuales, se encuentra una red social relativamente nueva llamada youtube, con sus actores principales conocidos como youtubers. Esta plataforma ha tomado gran protagonismo por

representar una alternativa novedosa en cuanto a variedad de temáticas, fácil accesibilidad, apertura de un determinado canal por personas del común con posibilidad de ganar dinero a cambio de ello, horarios definidos por el consumidor, posibilidad de contacto virtual mediante mensajes con el creador de los contenidos (Berzosa, 2017).

El discernimiento laboral en esta etapa y en cualquier otra etapa, es un elemento fundamental a tener en cuenta como pilar de investigación continua, La relevancia social planteada en la investigación es hacer evidente el fenómeno Youtubers.

## Problema

### Planteamiento del Problema

La adolescencia es una etapa del desarrollo, en la cual se originan modificaciones significativas a nivel cognitivo, emocional y conductual; en las cuales, los patrones culturales y sociales del lugar donde vive el adolescente, representan un papel destacado en los esquemas que él elabora. Adicionalmente, cobra gran importancia la construcción de una nueva identidad, mediada por los diferentes contextos en los cuales se desenvuelve. También, la significancia de las relaciones entabladas con sus pares (Moreno, 2015).

La psicología del desarrollo establece unas características de la etapa de la adolescencia, que, si bien no se cumplen para todos los individuos de la misma forma, debido a las experiencias individuales; sí, se consideran aspectos relevantes a tener en cuenta al abordar cualquier temática en este grupo etario. Dentro ellas la madurez vocacional representa un aspecto clave, debido a que, el adolescente no ha adquirido la habilidad suficiente para tomar una decisión adecuada con respecto a los diferentes contextos en los que se desenvuelve. Como lo afirman García, Olivares y Racionero (2017) el adolescente, en correspondencia con su nivel de desarrollo no ha logrado una madurez vocacional propicia que aumente las probabilidades que la decisión que tome, sea la correcta. Adicionalmente, entre los diferentes cambios trascendentes por los que él atraviesa, se encuentran las diferentes formas de relación social, lo cual también afecta la decisión vocacional (Pineda, 2017).

Con respecto al contexto social del adolescente, en la actualidad las redes sociales son un tema de gran auge y dentro de éstas se encuentra una red de aparición medianamente reciente llamada Youtube, la cual nace en el año 2005. Ésta representa una mezcla de elementos audiovisuales atractivos que consiguen suscitar interés y viralidad en sus espectadores (Bonilla y Ovalles, 2017). En relación a ello, las características que la definen se presentan

como llamativas para los adolescentes quienes constantemente buscan alternativas novedosas para pasar su tiempo libre.

A partir del surgimiento de la red social Youtube, con ella surgen sus protagonistas denominados Youtubers, quienes son personas que suben videos sin costo alguno mediante su propio canal y con la oportunidad de recibir dinero a cambio de ello; claro está esto se encuentra sujeto tanto a la cantidad de seguidores como a las horas de reproducción de los videos publicados. Sin embargo, esta modalidad de empleo, se presenta como una forma de trabajo que no requiere cumplimiento de jornada, además que facilita conocer diferentes individuos mientras se tiene la posibilidad de recibir propuestas de viajes, haciendo una actividad que genera pasión por parte de quien la ejecuta (Berzosa, 2017).

Empero, todo lo que implica llegar a ser exitoso en este campo laboral como para ganar lo suficiente para vivir en concordancia con una calidad de vida digna, puede no ser estimado a cabalidad por el adolescente que se interesa por esta opción laboral. Adicionalmente, las temáticas abordadas en los canales de Youtube, son variadas, las cuales según lo afirma Herranz (2014) se clasifican en Reviewes, Moda, Tutoriales, Cocina, Belleza, Vloggers, Humor, Músicos, Gamers, Sketches y animación. Lo cual, permite apreciar que hay contenidos para todo tipo de gustos, lo que posibilita más la probabilidad de suscriptores.

En relación a lo anterior, el adolescente ante la necesidad de elegir un área de interés por la cual orientarse laboralmente, puede llegar a encontrar en un Youtuber similitudes con su vida personal, porque éste representa una persona del común a la que le ha resultado efectivo ese estilo de vida que ha elegido como medio para conseguir dinero. Investigaciones refieren que los youtubers se podrían también percibir como modelos a seguir, ya que, los creadores de los contenidos de los canales de Youtube, expresan coloquialmente vivencias, pensamientos,

ideas, que son muy similares a las de sus espectadores quienes tienen una edad contemporánea con ellos (Pérez, Pastor y Abarrou, 2018). Además, que el fenómeno Youtuber se ha presentado en una época donde se destaca la crisis a nivel económico y la falta de certidumbre laboral, lo que ha sido presenciado por sus seguidores, quienes han visto como gente de edades similares han llegado a la fama, subiendo videos; convirtiendo una afición en una profesión (Márquez y Ardévol, 2018).

Por otro lado, según Bravo y Vergara (2018) uno de los factores predominantes en la actualidad en la elección de carrera, son los intereses personales; a los adolescentes les causa más satisfacción hacer algo que les agrada por encima de otros aspectos. Por lo anterior, los Youtubers, representan una alternativa novedosa y atractiva para el adolescente, quien se encuentran en su etapa de búsqueda de identidad, en todos los diferentes ámbitos de su vida, entre los cuales se encuentra el laboral.

En este sentido, un informe que aporta a la construcción de este problema es obtenido del foro educación y movilidad social de la Unisimón donde se mencionó que entre los factores que impactan la deserción académica en la universidad se encontraban la situación económica, los problemas de índole académica, alta preparación en la secundaria y la indecisión en el programa académico a estudiar. Adicionalmente, que ésta problemática presenta una estadística del 47% a nivel país, la cual ocurre con mayor incidencia en los primeros y en los últimos ciclos académicos (primero y segundo semestre, así como en el último cuando se presenta la tesis) (Narváez, 2018). Por tal razón, todo aquello que se encuentre en los diferentes contextos en los que se desenvuelve el adolescente, quien es el que está en el periodo de elección vocacional, merece especial atención, con el fin de prevenir

ideales de vocación que podrían no corresponderse con la realidad y conllevan a agudizar el tema en mención.

La lectura constituye uno de los pilares de la educación, sin embargo, en Colombia el 43% de los estudiantes de 15 años no tienen la habilidad de abstracción de una idea general de un texto, leen de forma fragmentaria, y muy probablemente también lo hacen de manera similar cuando ven programas televisivos e internet (Zubiría, 2016). Lo cual, deja entrever la falta de capacidad crítica. Al respecto, la investigación de Vega y Villamizar (2016) en la ciudad de Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario, logra identificar una escasa capacidad de análisis exhaustivo que tiene el adolescente frente a un contenido audiovisual, en plataformas como Facebook y Youtube, a las cuales, según datos recolectados está expuesto diariamente. Los hallazgos relacionan que los jóvenes dedican una cantidad significativa de tiempo a estas redes sociales, entre las que se destacan los canales de Youtubers. Es así, como se evidencia otro elemento a considerar en los intereses personales a los que un joven puede orientarse. También, lo detallado anteriormente, permite dimensionar que, en la ciudad de Cúcuta, se está presentando un consumo de canales de youtubers. Adicionalmente, tomar como referente lo aludido con anterioridad, en el caso de los alumnos que están en su etapa final de educación básica secundaria (grado once) y están enfrentados a tomar una decisión con respecto al rumbo de su vida vocacional.

### **Formulación del Problema**

Después de lo descrito con anterioridad, se evidencia la necesidad de plantear como investigación a realizar ¿Qué relación existe entre consumo de canales de youtubers y los intereses vocacionales en adolescentes de edades comprendidas entre 15 y 17 años del grado once de una institución educativa de la ciudad Cúcuta?

## **Sistematización del Problema**

¿Existe relación entre consumo de canales de Youtubers y los intereses vocacionales en adolescentes de edades comprendidas entre 15 y 17 años del grado once de una institución educativa de la ciudad Cúcuta?

¿Qué consumo de canales de Youtubers presentan los adolescentes en edades comprendidas entre 15 y 17 años del grado once de una institución educativa de la ciudad Cúcuta?

¿Cuáles son los intereses vocacionales de los adolescentes en edades comprendidas entre 15 y 17 años del grado once de una institución educativa de la ciudad Cúcuta?

¿El consumo de los canales de Youtubers que tienen los adolescentes en edades comprendidas entre 15 y 17 años del grado once de una institución educativa se relacionan con sus intereses vocacionales?

## **Justificación**

La presente investigación tiene como interés el nivel de consumo de canales de youtubers y los intereses vocacionales de adolescentes. El planteamiento emerge del hecho, de que el adolescente en su etapa de desarrollo no ha alcanzado el grado de madurez vocacional necesario para tomar una decisión, el cual, tenga altas probabilidades de acierto y ganancia sustancial para él (García, Olivares y Racionero, 2017). En este sentido, el discernimiento laboral es un elemento primordial a tener en cuenta como pilar de investigación continua, los aspectos que posiblemente guarden relación con ello, como el contexto social, formas de interacción virtuales o físicas entre pares, familia, colegio, entre otros; son componentes que amplían la perspectiva frente a la problemática de deserción académica, permitiendo así

contemplar alternativas de apoyo en proyectos de instituciones educativas relacionados con orientación vocacional.

El contexto sociocultural según Carrera y Villalba (2017), es una dimensión que hace parte del constructo de autoconcepto, el cual influye como factor para la elección vocacional. Dentro de este las relaciones sociales y el ámbito laboral son indicadores del mismo. Por tanto, indagar en los aspectos en mención, se hace significativo. Los Youtubers hacen parte del entorno de la población adolescente, pueden representar temas en común con los pares o alternativa de trabajo.

Adicionalmente, cabe resaltar que sí, el adolescente dentro de un marco histórico ha tenido una amplia variedad de modelos simbólicos (cantantes, jugadores de fútbol, modelos de pasarela, actores, etc.), lo que hace diferente a los Youtubers encontrados en los distintos canales de Youtube, es la cercanía en cuanto a procedencia (personas común y corrientes), experiencias personales similares, temas de interés propios de la edad, formas de aprender a hacer algo mediante instrucciones, entre otros (Pérez, et al., 2018); de modo que, posibilita su asociación con los intereses personales, que representan un elemento destacado en la elección profesional (Bravo y Vergara, 2018). Por tanto, escudriñar en este aspecto con el propósito de establecer una posible relación entre consumo de canales de Youtubers e intereses vocacionales, es una forma de ir a la vanguardia en la interacción social de los adolescentes con su entorno, así como en lo que respecta a aportes significativos de la problemática de deserción académica.

En consecuencia, la relevancia social de la investigación planteada es evidenciar el fenómeno Youtubers que se está dando actualmente mediante los canales de Youtube,

haciendo énfasis en la necesidad de indagar en los adolescentes, si existe una exposición diaria a los mismos y su relación con los intereses vocacionales; tratando de minimizar el sesgo, se propone entre los propósitos de investigación aplicar un test encaminado a recolectar información del interés vocacional en general, no sólo los relacionados con el tema en mención. Lo anterior representa un hecho importante, ya que, ellos son el futuro de la sociedad, todas las ocupaciones son relevantes para un equilibrio social; por tanto, todo aquello que impacte la decisión del rumbo ocupacional, es necesario conocerlo con el fin de intervenir oportunamente.

En cuanto a las implicaciones prácticas, el estudio propuesto puede contribuir en el proceso de orientación vocacional de instituciones educativas, que quieran tomar en cuenta aquellos factores asociados a la toma de decisiones; puesto que, aportará datos significativos como intereses vocacionales (en la actualidad y tomando en cuenta la crisis económica del país) y nivel de consumo de canales de youtubers por parte de adolescentes; información clave, partiendo del hecho que Youtube ha tomado gran protagonismo por representar una alternativa novedosa en cuanto a variedad de temáticas, apertura de un determinado canal por personas del común con posibilidad de ganar dinero a cambio de ello, fácil accesibilidad, horarios definidos por el consumidor, posibilidad de contacto virtual mediante mensajes con el creador de los contenidos y notificaciones inmediatas de las novedades (cuando se posee la suscripción al canal) (Berzosa, 2017; Westenberg, 2016). Por esta razón, podría ser aprovechado también como recurso didáctico, para desarrollar y/o fortalecer una capacidad crítica frente al contenido que se observa en los diferentes videos.

En relación a lo aludido con anterioridad, cabe resaltar que lo aprendido en el salón de clases por los estudiantes pocas veces se enlaza con lo que aprenden fuera de él, es decir, a lo

que el joven dedica su tiempo libre (plataformas digitales e interacción entre pares) y accede por motivación propia e interés personal; y que contribuye a desarrollar habilidades favorables desde la perspectiva académica (Pereira, Fillol y Moura, 2019). Es por ello, que la presente investigación al suministrar datos de consumo de la red social Youtube, facilita a las instituciones educativas, contemplar el contexto informal de aprendizaje que representan las redes sociales (fundamentado en el tiempo diario dedicado y el gusto suscitado en el adolescente), como herramienta para fortalecer capacidades, entre las que representan gran relevancia posturas personales frente a determinadas temáticas (postura crítica). En lo mencionado anteriormente, radica el valor teórico que se aporta, ya que, se podrán sugerir ideas y recomendaciones para futuros estudios que guarden relación con la temática en cuestión.

En correspondencia con lo anterior, el aporte al campo educativo de la psicología, es en estrategias que favorecen el proceso de enseñanza-aprendizaje en el aula de clase; partiendo del hecho, de que en el estudio se está tomando en cuenta el consumo de canales de youtubers, y de donde se podrá evidenciar el tiempo dedicado a ello, lo cual, posibilita inferir que debe existir una motivación por parte del adolescente frente al contenido, aspecto fundamental al momento de aprender.

Finalmente, se puede afirmar que el estudio planteado es viable, teniendo en cuenta que el contexto educativo es un escenario de investigación accesible; así mismo, la población elegida (adolescentes entre 15 y 17 años de edad).

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Determinar la relación entre el consumo de canales de Youtubers y los intereses vocacionales en adolescentes de edades comprendidas entre 15 y 17 años del grado once de una institución educativa de la ciudad de Cúcuta.

### **Objetivos específicos.**

Establecer el nivel de consumo de canales de Youtubers en los adolescentes de edades comprendidas entre 15 y 17 años del grado once de una institución educativa de la ciudad de Cúcuta.

Especificar los intereses vocacionales de los adolescentes en edades comprendidas entre 15 y 17 años del grado once de una institución educativa de la ciudad de Cúcuta, mediante la aplicación del test Chaside.

Relacionar los resultados de la prueba (test Chaside) con el consumo de canales de Youtubers en los adolescentes de edades comprendidas entre 15 y 17 años del grado once de una institución educativa de la ciudad de Cúcuta.

## **Marco Referencial**

### **Antecedentes o Estado del Arte**

A nivel internacional, cabe resaltar la investigación ejecutada por Westenberg (2016) en la cual se abordó la influencia de los Youtubers en los adolescentes, tomando como referentes tanto a los espectadores del contenido creado como a los creadores del mismo; fundamentado en las teorías cognitiva social y aprendizaje social, por las cuales, se afirmaba que los jóvenes podrían verse impactados por modelos simbólicos, generando cambios en su comportamiento.

El enfoque empleado en el estudio fue el cualitativo, con información recolectada mediante entrevistas semiestructuradas. Con ello, se halló que existe una frecuencia diaria de consumo de la plataforma Youtube en la que encuentran diversidad de temáticas de acuerdo a su preferencia, además que en ella se pueden dejar comentarios acerca del material visto, los cuales a veces son negativos, también, que los videos suelen representar un tema de conversación para los adolescentes; ser Youtuber se percibe como algo fácil de lograr, pero no se estima el esfuerzo que conlleva (perspectiva desde los creadores de contenido). Por otro lado, que tiende a impactar el comportamiento y la compra, de quienes siguen a los diferentes Youtubers.

El trabajo investigativo mencionado con anterioridad, permite evidenciar que el material audiovisual creado por Youtubers es claramente una cuestión problemática que requiere búsqueda de preguntas y respuestas, en otras palabras, que, al representar un contenido a disposición frecuente de los adolescentes, el cual no tiene restricción ni suficiente control de lo que se transmite, a través de los vídeos subidos en línea. Por otra parte, posibilita tomar en cuenta la perspectiva del adolescente, que ya, es un protagonista de la red social youtube, la información obtenida a partir de las entrevistas a Youtubers de España permite comprender de una forma más precisa las actitudes de los jóvenes que los siguen, población objeto del presente estudio.

La investigación llevada a cabo por Ruiz, Sánchez y Trujillo (2016), permitió analizar el uso de los teléfonos móviles y el uso de los teléfonos para acceder a la red, así como el tiempo de conectividad en estos equipos móviles. Los investigadores se basaron en las diferentes investigaciones que se han realizado frente al tema. Con respecto a la metodología, se evidenció que se centraron en un estudio de tipo cuantitativo con diseño descriptivo.

En cuanto a los resultados obtenidos, se determinó que la utilización de los teléfonos móviles y el internet en la población adolescente es cada vez mayor con respecto al uso de la Red, el 100% afirma utilizarla, y el 86, % que lo hace desde hace ya más de 4 años. Además, en cuanto al tiempo los participantes manifestaron estar más de tres horas al día conectados a internet mediante sus teléfonos móviles, seguido de los ordenadores portátiles. No se evidenciaron diferencias significativas entre hombres y mujeres, sin embargo, son ellas quienes muestran un mayor índice de dependencia a los teléfonos móviles, expresando inquietud en caso de no estar conectadas a la red, generando con ello conflictos con sus padres (Ruiz et al., 2016).

Entre los datos producto de la investigación, cabe resaltar que los teléfonos móviles o celulares permiten cada vez más autonomía de los jóvenes con relación a los responsables socialmente de velar por su desarrollo y protección; disminuyendo la dependencia, así como la comunicación en las relaciones personales con las personas de su entorno, estableciéndose con semejantes que aunque puedan estar distantes crean lazos mediante intereses y aspectos culturales propia de su cohorte, con esto llevando a una mayor dependencia de la red por medio de la fácil y constante accesibilidad que le otorgan los cada vez más modernos teléfonos móviles (Ruiz et al., 2016).

Si bien el aspecto de la investigación a desarrollar no se enfoca en la temática de la utilización del internet como adicción, se puede apreciar que las cifras si son representativas, en relación a que cada vez los jóvenes están más tiempo conectados a la red, y que esta se da a través de los teléfonos móviles. El antecedente descrito con anterioridad, contribuye en que permite apreciar el fácil y constante acceso que tienen los adolescentes a las redes sociales hoy en día, de igual manera en que se esté reconociendo por parte de la misma población un

uso desmedido (39% de los encuestados), con esto evidenciar que se han disminuido las interacciones que se tienen de manera física con las demás personas.

Patiño (2016) realizó un estudio en el que se investigó la relación entre el Clima Social Familiar y Los Intereses Vocacionales, el problema abordado fue la indecisión vocacional de los estudiantes (de décimo grado) y el desconocimiento de los padres de familia acerca del valor que representa apoyar afectivamente sus hijos, en lo que respecta a la proyección hacia futuro que ellos realizan. El autor para desarrollar su investigación, se fundamentó en la teoría del clima social de Moos y la teoría del rasgo psicológico. La metodología empleada fue un enfoque de tipo cuantitativo y nivel descriptivo correlacional no experimental, de corte transversal. En los resultados obtenidos de la investigación, se estableció que, si existe una relación significativa entre las variables mencionadas, lo que especifica que un deteriorado clima social familiar, influirá de manera negativa en establecer en los jóvenes valores, actitudes, desarrollo personal y disminución de la asertividad de la elección de una carrera profesional.

En este sentido, muestra que el interés vocacional se puede ver altamente afectado por el entorno familiar y que de este dependen en parte las decisiones de los jóvenes a futuro sobre la decisión acerca de la profesión, cabe aclarar que no se debe dejar de lado los demás factores como el entorno social y no menos importante el económico; ya que en esta etapa los jóvenes tienen que hacer la elección correcta y consciente hacia su ocupación puesto que marcará a lo largo de toda su vida la decisión y el rumbo que se tomó (Patiño, 2016).

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, el aporte que realizará esta investigación, es el enfoque utilizado y diseño empleado para determinar una relación entre dos variables, frente a las cuales una de ellas es intereses vocacionales. Lo cual, se pretende ejecutar en el presente estudio, tendiente a establecer vínculo entre consumo de canales de Youtubers y los intereses vocacionales de adolescentes de 15 a 17 años, en un contexto dado.

La investigación llevada a cabo por Hernández, Muñiz y Nó (2016), se analizaron los valores vocacionales de estudiantes de comunicación, asociados con la carrera a la que pertenecían, en donde se buscaba determinar si para ellos son más importantes los que se correspondían con la hedonia o a la eudaimonia, que, además, son una radiografía del concepto que los adolescentes tienen de lo que significa la felicidad en el trabajo y la felicidad a manera general. Los autores para el desarrollo de su investigación se fundamentaron en la teoría cognitivo social de la carrera o SCCT. La metodología se realizó con un enfoque cuantitativo descriptivo a través de encuestas online.

Los resultados obtenidos en la investigación, corroboraron la hipótesis en que por lo menos la mitad de grupo de los encuestados está predispuestos a continuar con estudios en comunicación como su primera opción de estudios, además que existe un patrón en cuanto a los valores vocacionales en estos jóvenes con respecto al resto de la muestra, se evidenciaron como más altos los siguientes valores vocacionales: el querer disfrutar de una actividad profesional que se percibe como divertida, el dinamismo y la actividad variada en el desempeño de la labor, el poder desarrollar una iniciativa emprendedora, e igualmente poder alcanzar fama y prestigio social. Por otro lado, entre los valores vocacionales que menos importancia cobra en los posibles comunicadores, el ser funcionario o conseguir un trabajo

fijo por cuenta ajena, el hacer algo trascendente, el ayudar a las personas y el tener la convicción de realizar algo útil e importante con su labor profesional (Hernández et al, 2016).

La contribución que brinda la investigación mencionada anteriormente, es el hecho de que los adolescentes quienes se inclinan por carreras como la comunicación social son más cercanos a la hedonia que a la eudaimonia, donde prima el hedonismo que brinda una felicidad más tangible a corto plazo, como fama, dinero y reconocimiento, actividades gratificantes, búsqueda del placer y la satisfacción vital personal, distando de aquella felicidad que demanda esfuerzo, tiempo, motivación, y búsqueda del desarrollo, crecimiento personal.

Sánchez y Mestre (2016) en su investigación se focalizaron en los usos habituales de diversas redes sociales por parte de jóvenes universitarios, además, de explorar con ello el concepto que tenían sobre sí mismos (concepto de identidad personal), en donde de alguna manera las redes sociales constituyen sin duda espacios privilegiados de construcción de la identidad social digital. Para ello, se basaron en la teoría del desarrollo de la identidad. En cuanto a la metodología, el enfoque utilizado fue el cuantitativo, con diseño correlacional. A partir de ello, se obtuvo que el principal uso que los estudiantes hacen en redes sociales como Facebook es mantenerse en contacto con amigos y conocidos, más que mirar y subir fotos o por simple entretenimiento; al considerar el género, se determinó que son los varones quienes tienen un mayor uso de la comunicación privada en la primera y segunda red, igualmente, son ellos quienes manifiestan compartir noticias serias e información solidaria en gran medida.

En cuanto a la premisa de que, si el concepto que ellos tienen de sí mismos condiciona el empleo de sus redes sociales, se determinó que la correlación es positiva, destacando a los usuarios que pertenecen a: alguna asociación o club deportivo, social, cultural, político,

solidario, y los que se definen como: una persona a la que le gusta estar al día de lo que pasa en su localidad, su país, o en el mundo, quienes manifiestan compartir noticias serias y de actualidad. Mientras que los estudiantes que afirman: ser una persona que odia a la clase política, son quienes usan las redes para compartir agenda básicamente de ocio y cultura, y por ultimo quienes se definen como: una persona que se divierte burlándose de los demás, son quienes comparten bromas, chistes o información intrascendente. Estos resultados apuntan a que el concepto de identidad personal en el entorno digital tiene una correlación significativa con alguno de los usos habituales y las personas que los rodean (Sánchez y Mestre, 2016).

La investigación descrita con antelación, contribuye en evidenciar que los jóvenes usan en mayor medida las redes sociales, tanto para socializar como para compartir formas de pensar y distintas fuentes de información. Además, aporta la relevancia del concepto de identidad personal relacionado con la utilización de una red social, con la forma de percibirse así mismo.

Otra investigación en el contexto internacional relacionada con el presente estudio, es la ejecutada por Carrera y Villalba (2017), enfocada en los elementos que impactan la decisión de un adolescente que está a punto de graduarse del colegio, y que no ha recibido un adecuado acompañamiento de su proceso de orientarse hacia un perfil profesional. Para la ejecución de la mencionada investigación se fundamentaron, en la teoría del desarrollo psicosocial de Erickson y en el enfoque evolutivo de la orientación vocacional, específicamente en el modelo sociofenomenológico de desarrollo diferencial de Súper. La Metodología utilizada fue enfoque cualitativo, mediante estudio de casos.

En cuanto a los resultados obtenidos se evidenció que los elementos de mayor preponderancia al momento de elegir una carrera son la familia, el contexto sociocultural, la información de oferta educativa y laboral, así como los intereses y aptitudes propias de cada estudiante, lo que facilita el desarrollo del autoconcepto y la madurez vocacional, que se logra a través de experiencias significativas en lo académico, social y familiar (Carrera y Villalba, 2017).

Conforme a lo descrito anteriormente, como un aporte significativo para el estudio a ejecutar, está la teoría propuesta por Erikson, específicamente en el quinto estadio (identidad vs confusión), debido a que la población objeto de estudio se encuentra en una etapa en la que no tiene establecida una identificación concreta de sí mismo, razón por la cual lo que sus pares opinen o les guste con respecto a algo (puede significar seguir a un canal de youtube) juega un papel fundamental para la propia orientación hacia algún aspecto en particular, lo que se podría llegar a relacionar con los intereses vocacionales. Otra contribución importante, es la identificación de la dimensión sociocultural como factor en la elección vocacional, ya que, los canales de youtube hacen parte del entorno social de los adolescentes. Por último, la conceptualización del autoconcepto como pilar clave para la elección vocacional.

Arias (2017) investigó acerca de los mecanismos empleados por los Youtubers con mayor número de seguidores, para comunicarse con sus espectadores, al igual, que el papel que está tomando Youtube como plataforma digital de consumo televisivo, por encima de los medios tradicionales utilizados para tal fin. En cuanto a la metodología, se realizó el estudio con un enfoque cualitativo, a través del análisis de contenido (fichas de análisis). Dentro de los resultados se puede resaltar que frente a los creadores de contenido se encuentran también una cantidad significativa de usuarios que visualizan los vídeos publicados en la red social, acto

que ha provocado la apertura de un enfrentamiento entre la expectativa generada en YouTube y la consolidación de la televisión. En cuanto al lenguaje utilizado por esta red social, se suscita que es mayormente un lenguaje coloquial, sencillo y con muletillas, alejado de un habla responsable empleados por medios de comunicación tradicionales como la televisión.

En cuanto a la contribución al presente estudio se da en relación al marco conceptual, ya que, se hace una descripción del término Youtuber y al planteamiento del problema, puesto que, destaca la plataforma Youtube como referente de consumo de los jóvenes, igualmente, de la forma en que se da una conexión comunicacional entre el generador de contenido audiovisual como el consumidor del mismo (palabras familiares, expresiones similares a las que ellos usan, entre otras).

Pineda (2017) abordó la problemática de la decisión vocacional, como acto que demanda dificultad para el adolescente, fundamentándose en estadísticas significativas del Perú referentes a una manifestación por parte de los jóvenes en haber fallado en elegir su programa académico a estudiar. Para ello, se fundamentó en la Teoría clásica del desarrollo de los intereses profesionales. La metodología utilizada, fue una investigación de tipo cuantitativo no experimental, con un diseño descriptivo correlacional. En sus resultados se evidenció que existe una asociación significativa entre los intereses profesionales expresados e intereses profesionales inventariados, por sexo y por edad, tanto hombres como mujeres, se inclinaron como primera opción por las mismas áreas de sociología y humanidades y segunda opción la gestión de empresas y negocios.

En relación al trabajo de investigación mencionado con anterioridad, contribuye al presente estudio, a nivel metodológico, ya que, permite apreciar cómo se asemeja el propósito de

correlacionar dos variables, mediante métodos estadísticos, lo cual es lo que se pretende realizar, además contribuye con literatura base para la determinación del tamaño de la muestra. Igualmente, en apreciar lo que representa la elección vocacional en la etapa de adolescencia.

Pérez y Llaneras (2017) en su artículo acerca del interés vocacional de los adolescentes en relación con el género y las generaciones, abordan la temática de los roles y los intereses profesionales; enmarcan la interpretación de la información en la teoría de la socialización. En cuanto a la metodología, presentan los resultados de una encuesta (Gad3 a más de 12.000 jóvenes españoles de entre 16 y 19 años), donde se identificó que aún se conserva una correspondencia entre sí se es hombre o mujer, con lo que se pretende estudiar. También hallaron que entre las carreras más escogidas son las relacionadas con las ciencias sociales y jurídicas (primera opción) y las ciencias de la salud.

Con respecto al artículo mencionado anteriormente, se resalta que la contribución que realiza al presente estudio, es apreciar la relevancia del género en lo que a interés vocacional respecta, además, de suministrar datos acerca de las carreras de mayor preferencia en adolescentes a nivel internacional.

Pérez, Pastor y Abarrou (2018) realizaron una investigación acerca de los aspectos asociados a la formación de identidad de los adolescentes y el papel que las redes sociales cumplen en este proceso. Para el desarrollo de la misma, se fundamentaron en la teoría de la identidad de Erik Erikson. En relación a la metodología, usaron un diseño cualitativo, a partir de análisis de contenido audiovisual de los diferentes videos creados por youtubers. En cuanto a los resultados, encontraron características relacionadas con la identificación del adolescente

con los creadores de contenido de los Canales de Youtube; gran parte de lo que transmiten se relaciona al concepto de sí mismo que tiene el youtuber y cómo esto se vincula a otros criterios entre los cuales se mencionan la correspondencia con el género, sexual e identidad vocacional.

Además, los comentarios que realizan los seguidores adolescentes, se orientan a la expresión de su total apoyo a la temática expuesta, puesto que a ellos les pasa lo mismo (identificación). Adicionalmente, manifiestan sus vivencias de tipo personal, las dudas producto de la construcción de su propia identidad (Pérez, Pastor y Abarrou, 2018). Por tal razón, afirman la relevancia de tomar en cuenta esta nueva tendencia de interacción, para comprender el desarrollo identitario de este grupo etario. El estudio detallado con antelación, contribuye a la presente investigación, debido a que, confirma la importancia de la red social Youtube como oferta novedosa entre pares adolescentes y su impacto en el proceso de descubrir ¿quién es? ¿Qué quiere?, etc. por el que pasa todo adolescente.

Márquez y Ardévol (2018), en su artículo de investigación mencionan que la plataforma de Youtube ha logrado abarcar un lugar destacado en los hábitos de consumo diario por parte de los jóvenes, también, que en ella los creadores de contenido denominados Youtubers se caracterizan por diferentes aspectos, entre los que se destacan: utilizar un lenguaje coloquial, incluir a sus suscriptores como parte importante de su canal (consultándoles por ejemplo, qué les gustaría ver en un próximo video) y crear contenido atractivo (partidas de videojuegos, itinerario de su vida diaria y/o de la tarea misma que implica ser youtuber); adicionalmente, que usar espacios como sus habitaciones para grabar, contribuye a propiciar un ambiente de intimidad simbólica con quienes siguen cada video. También, afirman que el auge que han

tomado los Youtubers, ha llevado que los adolescentes los tomen como referentes profesionales.

La contribución del artículo científico mencionado con antelación, al presente estudio se evidencia en cómo plataformas digitales como Youtubers, están cambiando la dinámica de los intereses vocacionales, debido a que muchos de los seguidores de los Youtubers contemplan grabar videos y subirlos a la red como una actividad con perfil profesional.

Illera y Benito (2018) realizaron una investigación basada en el rol que representan los Youtubers, como nuevas figuras en la red, y cómo el contenido audiovisual que producen se asocia con el mercadeo de productos. La metodología utilizada fue un enfoque cualitativo, a través de un estudio de caso (Verdeliss, Youtuber), empleando el análisis de contenido. Los resultados obtenidos, evidencian que uno de los elementos fundamentales en la producción de videos es el acercamiento real que se da con el suscriptor, en otras palabras, que el contenido permite que la persona que lo observa se sienta identificada, no se basa en historias ficticias, a pesar de que la calidad del material no sea la más profesional; también, que la presencia de pautas publicitarias de productos se instauran en el canal ya cuando éste ha tomado posicionamiento. Además, se encuentra que dedicarse profesionalmente a producir videos no era el primer propósito. Sin embargo, luego se empezaron a generar entradas de tipo económico.

La investigación mencionada anteriormente, contribuye al presente estudio, permitiendo apreciar que los Youtubers han ido tomando un protagonismo que se caracteriza por las propiedades de su contenido (familiaridad con situaciones que probablemente también ha vivido el suscriptor), lo cual, ha sido aprovechado por las diferentes empresas que requieren

dar a conocer sus marcas, sus productos; así mismo, que tomar la producción de contenido como actividad para generar ingresos económicos, aunque no fundamenta la apertura del canal (se inicia la apertura del mismo, por realizar una actividad satisfactoria para él, por la pasión que suscita en ellos las vivencias, los hobbies, entre otros), si es una cuestión que se da posteriormente.

Establés, Guerrero-Pico y Contreras Espinosa (2019) en su artículo investigativo afirman que plataformas como youtube son útiles en la producción de contenido audiovisual de los campos de profesionalización entre adolescentes. Como parte del problema, mencionan la desestimación por parte del joven de los fines que persiguen las grandes industrias en relación con ello. El enfoque metodológico utilizado fue un enfoque mixto de métodos cualitativos y cuantitativos. Los resultados destacan que existen tres campos de profesión, en relación con la temática en cuestión: los juegos de video (pasar del jugador aficionado al profesional), escribir de manera diferente, novedosa (a través de plataformas digitales, en las cuales, los escritores se pueden dar a conocer, publicando lo que piensan de un determinado libro) y la red social como espacio propiciador y generador de un sello que hace al creador de contenido una persona reconocida en el medio. Adicionalmente, que los jóvenes no logran estimar el lucro económico que las compañías obtienen de estas producciones (para este estudio, específicamente las de la industria videolúdica).

En cuanto a la contribución de la mencionada investigación para el presente estudio, aporta la noción de que con el tiempo los jóvenes están dejando de ver las plataformas digitales como un simple medio de entretenimiento y ocio, y están empezando a considerar la idea de ejercer un futuro laboral a través de la mencionada plataforma, donde se vislumbran oportunidades de profesionalización.

Pereira et al (2019) mencionan que el aprendizaje que se da en el contexto extra académico de los estudiantes es desestimado por las instituciones educativas y que se sigue optando por una educación típica, por ello, fundamentaron su estudio en qué tanto aporta para su vida (académica y extra académica) el contenido audiovisual al que los jóvenes dirigen su interés. Emplearon perspectivas teóricas de la escuela tradicional, criterios del proceso enseñanza-aprendizaje, así mismo, de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, Con respecto a la metodología empleada, el enfoque fue cualitativo, con datos recolectados a través de entrevistas, talleres y cuestionarios.

Los resultados obtenidos muestran que los adolescentes presentan una conectividad frecuente a diferentes medios, entre los cuales se desatacan las redes sociales (Youtube entre las más preferidas junto a Facebook), también que ellos perciben que en colegio el uso de este tipo de contenidos es limitado, se delega para el tiempo libre, además, afirman que lograr fortalecer a través de los videojuegos por ejemplo una lengua extranjera (inglés), conocimientos acerca de química, resaltan que aprender por descubrimiento en este tipo de plataformas digitales lo encuentran atractivo, suscita interés incluso en cuestiones que normalmente generan tedio como lo es la historia, ayuda a que sientan el deseo de avanzar a un nivel más, aceptar que se puede ganar y perder, igualmente, a pensar para poder continuar con el juego (Pereira et al., 2019).

El Estudio aludido con anterioridad, aporta a la presente investigación en contextualizar que las plataformas digitales también pueden ser consideradas fuentes de aprendizaje para los adolescentes, donde hay un elemento fundamental para adquirir nuevo conocimiento como lo es la motivación y el interés. Así mismo, permite apreciar que en los colegios hay

predominancia de una educación tradicional. Finalmente, que, a través de los videojuegos, los estudiantes desarrollan y fortalece habilidades útiles para su vida.

A nivel nacional, es importante resaltar la investigación realizada por Igua (2016), quien determinó la percepción que tienen los estudiantes con respecto al programa de orientación vocacional en instituciones de orden público y privado. Para ello, se fundamentó en las cuatro perspectivas o modelos que han dominado a las teorías psicoeducativas del siglo XXI, desde los modelos: mecanicista, organicista, probabilística, contextualista. La metodología utilizada fue un enfoque cualitativo, por medio de estudio de casos.

En cuanto a los resultados, se obtuvo que los estudiantes perciben el programa de orientación profesional, como más que un requisito de último año del colegio, les permite fortalecer la toma de decisiones acertadas sobre la carrera universitaria a escoger, además de permitirles la construcción de su proyecto de vida y de un autoconocimiento. Por otro lado, el énfasis de la necesidad de que el acompañamiento al estudiante se brinde durante toda la etapa de básica secundaria, no sólo cuando ya están a punto de elegir qué hacer con sus vidas al salir del plantel educativo (Igua, 2016).

Esta investigación contribuye al presente estudio, en identificar que para los jóvenes tiene un impacto favorable recibir orientación vocacional, lo que permite evidenciar que su decisión no es totalmente clara, así como su proyección hacia el futuro, con respecto a lo que desean y a dónde quieren orientar su vida.

Restrepo, Carvajal y Roldán (2016) realizaron una investigación acerca de la preferencia profesional y lo que se aspira por parte de estudiantes de educación media, no sólo de la zona urbana sino también de la rural, del departamento de Antioquia. En relación a la metodología,

el estudio fue de tipo descriptivo-explicativo. En esta encontraron que, las preferencias profesionales presentan una tendencia tradicionalista (tanto en hombres como en mujeres), preponderando carreras como medicina, administración de empresas y derecho; así mismo, que no hay diferencia significativa entre la escogencia de los alumnos de los municipios con mayor avance territorial que los de menor progreso. Igualmente, determinaron que existe mayor interés en la educación presencial que la virtual.

El estudio mencionado con anterioridad, contribuye a la presente investigación aportando información de referencia en cuanto a las preferencias profesionales de estudiantes de un departamento del país, además, de contemplar que a nivel nacional no se presenta diferencia considerable en cuanto al sexo de los estudiantes (en cuanto a esa zona del país respecta, pero, que es relevante, puesto que, se comparten matrices culturales con el resto de los departamentos a nivel nacional).

En cuanto al contexto nacional, se hace pertinente también, traer a colación la investigación realizada por Bravo y Vergara (2018), quienes identificaron y describieron los factores que determinan la elección de carrera profesional en estudiantes de undécimo grado de colegios públicos y privados de Barrancabermeja. El problema detectado por ellos, es la elección vocacional susceptible de afectación tanto por el entorno que rodea al adolescente como las características individuales que posee como persona (preferencias, intereses), y que representa un hecho trascendental para el joven en todos los ámbitos de su vida. La metodología utilizada para tal fin, fue un estudio de enfoque cuantitativo, de corte transversal y nivel descriptivo.

De acuerdo a los resultados hallados por la investigación mencionada con anterioridad, se determinó que hay una predominancia de los intereses personales en la elección carrera (un 42%); seguido de la intención de generar beneficios a la sociedad, la posibilidad de optar a un buen salario y en último lugar está la influencia familiar. De lo cual se infirió que los adolescentes prefieren guiarse por sus intereses muchas veces sin tener en cuenta si poseen o no las capacidades o habilidades necesarias para desempeñar determinada profesión evidenciando con esto la presencia de ciertos errores al momento de elegir una carrera profesional (Bravo y Vergara, 2018).

El trabajo mencionado con antelación, proporciona información respecto a la cohorte, producto de la investigación a ejecutar, que corresponde a adolescentes en edades comprendidas entre 15 a 17 años de edad (grado once) y el papel significativo que cumple su interés personal frente a la elección vocacional, por encima de otros como la familia, que representa el principal sistema al cual el joven pertenece.

En el territorio local, es significativo tomar como referente el estudio realizado por Vega y Villamizar (2016) con relación al impacto que ejercen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como renovados procesos de interacción humana, que median la forma de ser, pensar, sentir y actuar, además de establecer las habilidades capacidades críticas y acríicas frente a los contenidos de Facebook y YouTube. Los autores para el desarrollo de su investigación se basaron en las teorías cognitivas del aprendizaje con estrategias educucomunicativas que abarca las dimensiones teórico-prácticas de dos disciplinas: la educación y la comunicación.

La metodología utilizada tuvo un enfoque cualitativo de tipo descriptivo, a través de encuestas y grupos focales. En cuanto a los resultados obtenidos se evidenció que el total de la población participante manifiesta tener una cuenta en Facebook y visita YouTube para diferentes fines, además que el tiempo en promedio utilizado para visitar estas redes oscila entre una y dos horas, de dos a tres veces al día. Lo cual, se traduce en que los adolescentes destinan alrededor de tres a cuatro horas diarias en visitar estas dos redes sociales. También que la accesibilidad a través de medios tecnológicos que son cada vez de menor costo, han servido a esta generación para construir redes y comunicarse más abiertamente (Vega y Villamizar, 2016).

Por otro lado, como datos recolectados en el estudio, se encontró que el 84 % de los participantes opina que la función de la red YouTube es de entretenimiento, sus actividades se reducen a ver videos y visitar youtubers, mientras que un número reducido lo hacen con fines educativos como ver tutoriales o realizar compromisos académicos. En cuanto a las capacidades críticas de los jóvenes, éstas se restringen al análisis de contenidos que no aportan algo significativo a su conocimiento formal. Por tal razón aceptan como fidedigno los contenidos de redes como youtube y Facebook, no se toman el tiempo de cuestionar si la información que se está presentando por estas redes es verídica o falsa (Vega y Villamizar, 2016).

La investigación mencionada con anterioridad, aporta a la descripción del problema del estudio a ejecutar, porque proporciona una contextualización del tema a investigar, puesto que evidencia que el fenómeno de seguimiento a Youtubers si se está dando en la ciudad de Cúcuta, suministra una estadística relacionada con la opinión de adolescentes acerca de las actividades realizadas en youtube, en la que expresaron que seguir a un youtuber se

encontraba entre las actividades principales por las cuales usaban esta red social. Además, que los jóvenes asumen como veraz el contenido al cual acceden.

### **Marco Teórico**

La presente investigación está orientada a la relación entre intereses vocacionales y consumo de canales de Youtubers en adolescentes. De acuerdo a ello, en primera instancia se abordan aspectos generales del desarrollo cognoscitivo y psicosocial del adolescente, así mismo, la implicación práctica de los medios de comunicación. Por otro lado, elementos asociados a la educación tales como: el aprendizaje social, los contextos que se encuentran en el entorno del individuo y su interacción desde la perspectiva ecológica, el interés vocacional y los factores relacionados con la elección vocacional.

#### **Desarrollo Cognoscitivo en la Adolescencia.**

Piaget (1972) establece que los adolescentes ya no se restringen a situaciones reales, poseen la capacidad de crear hipótesis frente a una determinada circunstancia y pensar cómo actuarían frente a ella, valiéndose de la lógica para analizar las diferentes posibilidades que se plantean, es a lo que atribuía el nombre de razonamiento hipotético- deductivo; considerando en el pensamiento abstracto todas las relaciones que pueda imaginar y las pruebas de manera sistémica, escudriñando hipótesis por hipótesis para eliminar todas aquellas que sean falsas y llegar a la verdadera que da solución a la problemática que el individuo se planteó con anterioridad, esta es una herramienta fundamental para resolver problemas. Adicionalmente, menciona que la mayoría de personas logra la habilidad para el pensamiento formal, sólo que lo aplica en primera instancia (tal vez únicamente) en las áreas en las cuales la cultura en la que están inmersas, les ha permitido un nivel de experiencia más alto.

#### **Desarrollo Psicosocial en la Adolescencia.**

Erickson (1950) afirma que el principal logro a cumplir en el aspecto psicosocial para el adolescente es el desarrollo de la identidad. Así mismo, Erickson (1968) plantea en su teoría del desarrollo psicosocial, en la cual se establecen 8 etapas; el quinto estadio denominado identidad frente a la confusión de la identidad, se corresponde con la etapa de la adolescencia. En ella, se determina que el adolescente se ve enfrentado a apreciar diferentes formas de ver el mundo, aspecto que empieza en este periodo de la vida a tomar una mayor relevancia. Si se fracasa en atravesar esta fase, se puede perder la noción de autenticidad y tomar de la sociedad una forma para identificarse. También puede ocasionar un aislamiento tanto con la familia como con sus pares. La identidad constituye una construcción auto realizada por el propio adolescente, la cual comprende diferentes áreas como: religión, relación interpersonal, sexualidad, cultura, intereses, personalidad, físico, entre otras.

Erickson (1968) llegó a la conclusión que uno de los elementos más relevantes en la exploración de la identidad es la de elegir una profesión. Ello se deriva de la percepción del adolescente de sus cambios físicos frente a los cuales se ve enfrentado a preguntarse a sí mismo cuáles serán los papeles que va a desempeñar en el medio social.

Havighurst (1972) explicó ocho tareas psicosociales, entre las cuales se menciona encontrar un sustento económico que le permita un medio para vivir y comprender los diferentes cambios por los cuales atraviesa en la etapa de desarrollo en la que se encuentra. En relación a ello, el adolescente comprende claramente su crecimiento físico durante la pubertad, por tal razón su preocupación por su aspecto es relevante. Adicionalmente, se presentan dos situaciones: unos adolescentes que adquieren una mayor autonomía de sus padres y otros que son más dependiente, la continua lucha por la independencia con el propósito de crear vínculos adultos con ellos, representa un reto para el adolescente; por tanto,

se generan dificultades de relación que requieren ayuda externa para resolver óptimamente. También, están los estereotipos de género que frecuentemente están claramente marcados en las diferentes culturas, frente a los cuales como parte del desarrollo el individuo debe afrontarse y adoptar un rol determinado.

Además, otro de los quehaceres del adolescente es establecer vínculos relacionales de amistad con pares del sexo opuesto. También, adoptar una responsabilidad civil. Ante ello, pueden tomar rumbos diferentes, algunos optan por pertenecer a grupos determinados que defiendan una causa significativa particular (ambiente, defensa animal, entre otras), otros se desequilibran por apreciar las problemáticas del entorno y unos simplemente eligen ignorar las diferentes situaciones. Asimismo, adquirir sus propias virtudes y principios. Igualmente, establecer su fuente de ingresos personales y el establecimiento de una meta personal que se relacione con la conformación de una familia; representa en su conjunto, un desafío (Havighurst, 1972).

Marcia (1980) basado en la teoría del desarrollo psicosocial de Erickson, formula cuatro estados por los cuales atraviesa un individuo cuando se encuentra en la etapa de la adolescencia, los cuales denominó identidad difusa, identidad hipotecada, moratoria de identidad y logro de identidad. En ellos ilustra el concepto de compromiso como clave en el desarrollo del adolescente en cuanto a búsqueda de identidad se refiere, ya que define el gusto personal del individuo frente a lo que va a realizar.

La identidad difusa, representa el periodo en el que el adolescente aún no evidencia interés particular por temas relacionados con una vocación ocupacional o ideología determinada. También cuando no se ha enfrentado a una situación en la que contempla razonablemente diferentes alternativas en relación con los aspectos mencionados con anterioridad. En cuanto a

la identidad hipotecada, esta se refiere a la etapa en la que el individuo ya ha mostrado inclinación frente a temas como profesión o ideas concretas de pensamiento, pero esto se ha visto altamente influenciada por sus padres quienes han elegido previamente por ellos, en este tipo de situaciones los individuos no han tenido la oportunidad de explorar opciones para elegir con independencia (Marcia, 1980).

Por otra parte, en relación a la moratoria de identidad, esta emerge cuando aun estando en medio de varias alternativas razonables, el adolescente no se muestra significativamente interesado por ello. Adicionalmente, el logro de identidad, se da cuando, primero ya se ha vivenciado una escogencia de alternativas y segundo a partir de ello se evidencia un interés particularmente definido por el adolescente (Marcia, 1980).

Santrock (2006) menciona que el deseo de independencia que evidencian los adolescentes, origina en sus padres molestia llevándolos a tomar medidas restrictivas con el propósito de tomar el control de las diferentes situaciones. Las reacciones del adolescente por lo general conllevan a conflictos. Los progenitores no asimilan cuál es la razón de que el comportamiento de sus hijos no sea maduro, esperan que se comporten como adultos. Ellos estiman que se pueden presentar algunos problemas en esta etapa, pero no dimensionan que tan importante puede llegar a ser para sus hijos, las relaciones de amistad con sus pares y cómo ello representa una forma de autonomía.

Además, en la etapa inicial de la adolescencia, el adolescente no tiene la habilidad de tomar decisiones de forma adecuada, el grado de madurez no es suficiente para dimensionar lo que atañe a los diferentes contextos en los que se desenvuelve. Por tanto, requiere orientación en aquellas áreas en las cuales aún no está preparado para afrontar y autonomía en las que ya se encuentra apto para desenvolverse; esto lo determina el adulto que comparta con él y esté

dispuesto para hacerlo. También es importante resaltar que, en el deseo de independencia, influye el factor cultural, no en todas las culturas se presenta de la misma forma.

Adicionalmente, establece que el apego adecuado de los adolescentes con sus padres origina el desarrollo de una confianza en sí mismos, la cual le permite establecer relaciones fructíferas con sus pares. Empero, algunos de ellos por características particulares como su apariencia física, gustos, intereses; presentan algunos obstáculos para establecer vínculos de amistad. Por otra parte, para otros jóvenes tener un grupo de amigos es una manera de equilibrar las circunstancias negativas a nivel familiar (Santrock, 2006).

Berger (2007) menciona que, en la teoría del desarrollo psicosocial, se determina que la superación de la crisis en el estadio 5 está supeditado al intercambio recíproco entre el sujeto y el medio social. Por otro lado, el adolescente evidencia lo que sucede en la sociedad a la que pertenece. En la actualidad, la población juvenil se ve atraída por el consumismo (moda, tecnología, ropa, entre otros) y nuevas formas de pasar el tiempo libre. La forma en la que se comporta en su casa ha cambiado (poco contacto con la familia, redes sociales). La dinámica familiar, también ha dado un giro, en cuanto a número de integrantes que la conforman, cantidad de hijos que se tienen en el hogar; a menudo ocurren separaciones, se conforman nuevas familias, la permisividad por parte de los padres es más evidente, la mujer se ha incorporado a la clase trabajadora. Lo cual, repercute en el desarrollo del joven (Hidalgo, Ceñal y Güemes, 2014).

### **Los Medios de Comunicación en la Adolescencia.**

El modelo de práctica de los medios, plantea que a partir del grado de identificación que tiene un adolescente con el producto que se le presenta, siente la motivación por el contenido que

encuentra allí, de esta forma es como elige a que desea acceder. Es así, que dirige su atención a un determinado material, lo que lo conduce a entrar en contacto con él; a partir de ello, se lleva un proceso de análisis e interpretación, que lo orienta a decidir de qué manera lo incorpora a su vida, por ejemplo, ideologías hacia determinados grupos, gustos particulares o sí por el contrario no lo toma en cuenta. Lo anterior se da de manera circular, una y otra vez, en otras palabras, es cíclico. Es relevante mencionar que el uso que dan los jóvenes a la temática en mención, es continuo, además, se diferencia por las preferencias que cada uno tenga frente a ellos (Brown y Witherspoon, 2002).

### **El Aprendizaje Social de Bandura.**

Bandura (1977) formuló la teoría del aprendizaje social donde afirma que el motor del desarrollo del individuo posee dos direcciones, una es que la persona actúa en el mundo y la otra es que el mundo actúa sobre la persona. Esta teoría clásica del aprendizaje social sostiene que las personas aprenden aquellas conductas que son aprobadas por la sociedad, por observación e imitación de los modelos, es decir por observar a otras personas como lo son; sus padres, maestros de escuela, amigos y compañeros, o sus héroes deportivos o de televisión, a esto se le llamo aprendizaje por observación o modelamiento y que consiste en que el niño copiará las conductas que realizan las personas que lo rodean en su ambiente, son ellos quienes le están enseñando a través del actuar. La escogencia de dicho modelo dependerá de las consecuencias de la conducta del modelo, quienes los escogen lo hacen porque tiene prestigio, controla recursos, tiene autoridad, o se percibe como valioso dentro de la sociedad.

Ellis (2005) basado en los postulados de Bandura, menciona que varias de las conductas que evidencian las personas han sido aprendidas por observación o por modelamiento. Existen tres tipos de modelos: modelos vivientes, que corresponden a sujetos que están físicamente exhibiendo una determinada conducta, modelos simbólicos, que son aquellos que no están físicamente sino a través de un medio como por ejemplo televisión, cantantes, jugadores de fútbol. También están los modelos por instrucciones verbales, que aluden a ilustraciones que contienen el paso a paso para ejecutar una determinada acción, sin que deba estar presente otro individuo.

### **Contexto Escolar.**

Bronfenbrenner (1987) en su teoría ecológica del desarrollo, menciona que existe un microsistema, un mesosistema, un exosistema y un macrosistema donde estos diferentes subsistemas se comunican entre sí para configurar de alguna manera el comportamiento de una persona. Donde el microsistema constituye o representa el nivel más cercano en el que se desarrolla el individuo, los escenarios de este sistema son básicamente la familia, los padres o la escuela. Adicionalmente, que es esencial tener en cuenta los diferentes contextos en los que se desenvuelve el individuo, para comprender el desarrollo humano.

Mientras que el mesosistema está comprendido como la interrelación que ocurre entre dos o más de los entornos en los que se desenvuelve o participa el individuo de manera activa. Un ejemplo claro de ello pueden ser los tipos de conexiones que se dan entre la familia y la escuela, o entre la familia y los amigos. Bronfenbrenner propone cuatro tipos de conexiones generales, ellas son: 1. La Participación en entornos múltiples, 2. La vinculación indirecta 3. Las comunicaciones entre entornos. 4. El conocimiento entre entornos. Estas son condiciones

que se deben dar para la creación del mesosistema y en donde el vínculo directo más crítico que pueda existir entre dos entornos es la transición de entornos que tiene lugar cuando la persona ingresa a un nuevo ambiente que hasta el momento desconocía, como cuando el niño va al colegio por primera vez y ningún otro miembro de su familia ingresa con él a ese ambiente escolar nuevo para individuo, esa nueva transición y vínculo que se establece se denomina solitarios (Bronfenbrenner, 1987).

Por otro lado, está el exosistema que está entendido o hace referencia a la interacción de uno o más entornos que no incluyen a la persona en su desarrollo como participante activo, pero dentro de los cuales se producen hechos que afectan al individuo sin ser participe en ellos. Para que tal efecto se dé, se hace necesario que ocurran al menos dos pasos, ellos son: primero que se conecte los hechos que se producen en el entorno externo con los procesos que tiene lugar en el microsistema de la persona en desarrollo, y el segundo es que vincule los procesos del microsistema con los cambios evolutivos que se produzcan en una persona dentro de ese entorno (Bronfenbrenner, 1987).

Finalmente, el macrosistema que se entiende o hace referencia a la coherencia que se observa dentro de una cultura o subcultura determinada donde se integran el micro, el meso y el exosistema, así como también. Cualquier otro sistema de creencias o ideología que sustente dicha coherencia, en él se integran las condiciones de tipo sociales, cultural, estructural que determinan para cada una de las culturas las características o rasgos generales de sus instituciones, los contextos en los que se desenvuelven, así como también lo constituyen los valores propios de una cultura como las costumbres o habilidades de sus integrantes, etc. En términos operativos el macrosistema se hace visible gracias a la continuidad de forma y contenido que revela el análisis de una cultura o subcultura, así como también las influencias

que este ejerce sobre el desarrollo del ser humano: como la identificación de las diferentes clases, étnicas y culturales en las diferentes prácticas y resultados de la socialización (Bronfenbrenner, 1987).

### **Interés Vocacional.**

La personalidad es un factor que se relaciona con las preferencias particulares de un individuo, a lo cual se suman las capacidades con las que cuenta; estos dos aspectos llevan a la persona a dirigir su atención de una determinada manera, así como a comportarse de cierta forma (Holland, 1975).

En este sentido, los intereses representan un elemento importante en la elección vocacional, así como las aptitudes, cuando éstos no se corresponden entre sí puede generarse un conflicto vocacional. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el interés dirigido hacia un fin determinado, hace que una persona dirija todos sus esfuerzos posibles en la consecución de este, por ello, no significa que si se carece de aptitud para cierta vocación, no se puede decidir por ésta, sólo que el rol del orientador es mostrarle al adolescente que requerirá de mayor dedicación para conseguir el triunfo; es precisamente en este punto, donde la orientación profesional cumple un papel fundamental, debido a que, ofrece la oportunidad de discernir y aclarar lo que se quiere conseguir teniendo en cuenta diferentes aspectos en el análisis de la decisión a tomar (Sánchez y Valdés, 2003).

### **Factores Relacionados con la Elección Vocacional.**

Los padres representan un factor que se relaciona con los intereses vocacionales, cuando los adolescentes se sienten identificados con ellos (Schneider y Crites, 1962). En concordancia con ello, la familia impacta el grado de interés de un niño o joven frente a un

tema específico, en el que se reflejan aspectos como el ambiente de aprendizaje en el cual se haya criado, las posturas personales relacionadas con las habilidades de sus hijos o lo que esperan de ellos. Por tal razón, puede ser favorable o desfavorable su influencia, como también precisar de qué forma se ejerce (Sánchez y Valdés, 2003).

Las oportunidades que el adolescente visualice en la toma de decisión vocacional, destacan un elemento significativo, pues en la etapa de desarrollo en la que se encuentra el pensamiento tiende a caracterizarse por ideales, que distan de la realidad objetiva frente a la cual está enfrentándose. Por ello, hay una relación entre éstas y el deseo que el joven experimenta frente a la profesión a elegir; en esta confluyen aspectos de carácter objetivo (insuficiente liquidez económica, ausencia de apoyo financiero para estudiar, etc.) y subjetivo (miedo a fracasar, inseguridades, etc.). Es importante resaltar que a lo que una persona quiere llegar, es un criterio de carácter individual, pero, en el que existe tendencia a fijar altos estándares cuando la persona se percibe satisfecha con su nivel de vida actual o cuando hay confianza respecto a su futuro (Hurlock, 1982).

La motivación guarda una relación con la elección profesional, esto se fundamenta en que existe el individuo se siente complacido por una fuente exógena frente a la profesión, respecto a lo que el estudiante piensa acerca de las cualidades que ésta tiene y en sus proyecciones futuras; entre los aspectos que asignan a las carreras a elegir, se encuentran el reconocimiento social, la remuneración económica, la empleabilidad después de graduarse y su posibilidad de posicionamiento en la sociedad. Con base a lo enunciado con anterioridad tienden a elegir profesiones que se caracterizan por esos criterios pensando que se corresponden con la realidad, sin embargo, coinciden con profesiones típicas frente a las

cuales hay una gran oferta en el mercado de los profesionales. Esto se da por el escaso conocimiento acerca de las mismas (Cano, 2008).

La elección vocacional es un proceso dinámico, por lo cual, no se restringe a un único momento, se da paulatinamente durante las etapas de desarrollo humano (Rivas, 2003). Esta se ve influida por el contexto social, en el que están presentes el núcleo familiar, los valores, ideologías, creencias, formas de comportarse de la sociedad en la que se está inmerso, así mismo, la posición económica a la que pertenece el individuo (Rivas, 2005). En relación a lo mencionado con antelación, en los procesos de orden mental que la persona lleva a cabo en relación a la profesión futura, se destaca el contexto educativo y el aprendizaje informal (Rivas, 2003).

## **Marco Conceptual**

**Madurez Vocacional.** La madurez vocacional es un proceso que se da simultáneamente con el desarrollo de la vocación, lo cual, está relacionado con la etapa de desarrollo en la que se encuentra el individuo; por tanto, ello permite identificar qué tan coherente son sus conductas con las que se esperan se den de acuerdo a las características normativas de su edad, que facilitan o limitan al joven tomar decisiones que afectan su vida (Super, 1957; Osipow, 1990).

**Elección Vocacional.** Es un proceso que se lleva de manera continuada durante el ciclo vital de una persona, y también es un acto en la medida en que se escoge una opción vocacional; lo cual, se hace con base en experiencias previas y con objetos con los que se establece una conexión (Rascovan, 2013).

**Orientación Vocacional.** Es una orientación y acompañamiento que se da a una persona, tomando como marco de referencia la sociedad a la que pertenece, en la que se le direcciona a decidir acerca de lo que piensa resolver para su vida; esto se da cuando inicia o finaliza un ciclo académico. Además, se tiene en cuenta las problemáticas que originan la indecisión (Rascovan, 2013).

**Aptitud.** Es un atributo, característica de tipo físico o mental desde la perspectiva del desempeño, con la cual cuenta una persona. Puede ser de diferentes clases, y estas posibilitan que se desarrolle una actividad de una manera más eficiente (Claperade, 1972).

**Interés Vocacional-Profesional.** Es el interés que se suscita en una persona hacia un área relacionada con el ámbito del trabajo, la cual, se asocia con la decisión y la complacencia, que posibilita que ella se oriente a seguir preparándose en relación a ello, así como a ejercer en lo que decida estudiar (Martínez, Otero, 2009).

**Youtuber.** Es la persona que se encarga de crear contenido audiovisual para subir a un canal (el cual, ha sido creado también por ella) de la red social Youtube (Berzosa, 2017).

## **Marco Contextual**

El colegio Julio Pérez Ferrero sede uno, es una institución educativa ubicada en la Av. 19 No. 11-22 barrio Cundinamarca. Pertenece al sector oficial de la educación, entre sus servicios se encuentran Pre-escolar, Básica y Media Técnica. Como parte de sus valores institucionales contemplan: trabajar para una sociedad más justa y en Paz, don de servicio, Dios como orientador para vivir en comunidad, justicia e igualdad para todos, productividad, lealtad y amor. En cuanto a los criterios de calidad, prima la pedagogía, el carácter técnico e incluyente. Así mismo, se orienta por el personal idóneo aunado a la mejora continua de sus

procesos dando cumplimiento a la normatividad actual que los rige (Institución educativa Julio Pérez Ferrero, 2014).

En relación a la gestión académica del plantel educativo, se toman en cuenta la gestión en el aula de clase, el diseño curricular, el seguimiento académico y las prácticas pedagógicas; entre los procesos de apoyo, cabe resaltar la prevención de riesgos como mecanismo para reducir las diferentes circunstancias que rodean el contexto en mención. Adicionalmente, es esencial mencionar que el colegio no cuenta con un programa de orientación vocacional que abarca las diferentes etapas de desarrollo del ciclo de vida del estudiante (Institución educativa Julio Pérez Ferrero, 2014).

### **Marco legal**

Ley 115 de 1994 por la cual se expide la ley general de educación, en donde se resalta el artículo 13, objetivos comunes de todos los niveles. Es objetivo primordial de todos y cada uno de los niveles educativos el desarrollo integral de los educandos mediante acciones estructuradas encaminadas a:

- a) “Formar la personalidad y la capacidad de asumir con responsabilidad y autonomía sus derechos y deberes” (Ley 115, 1994, art.13);
- b) “Proporcionar una sólida formación ética y moral, y fomentar la práctica del respeto a los derechos humanos” (Ley 115, 1994, art.13);
- c) “Fomentar en la institución educativa, prácticas democráticas para el aprendizaje de los principios y valores de la participación y organización ciudadana y estimular la autonomía y la responsabilidad” (Ley 115, 1994, art.13);

d) “Desarrollar una sana sexualidad que promueva el conocimiento de sí mismo y la autoestima, la construcción de la identidad sexual dentro del respeto por la equidad de los sexos, la afectividad, el respeto mutuo y prepararse para una vida familiar armónica y responsable” (Ley 115, 1994, art.13);

e) “Crear y fomentar una conciencia de solidaridad internacional” (Ley 115, 1994, art.13);

f) “Desarrollar acciones de orientación escolar, profesional y ocupacional” (Ley 115, 1994, art.13);

g) “Formar una conciencia educativa para el esfuerzo y el trabajo” (Ley 115, 1994, art.13),  
y

h) “Fomentar el interés y el respeto por la identidad cultural de los grupos étnicos” (Ley 115, 1994, art.13).

Artículo 31. “Áreas fundamentales de la educación media académica. Para el logro de los objetivos de la educación media académica serán obligatorias y fundamentales las mismas áreas de la educación básica en un nivel más avanzado, además de las ciencias económicas, políticas y la filosofía” (Congreso de Colombia, Ley 115 de 1994).

Ley 1098 de 2006, por la cual se expide el código de infancia y adolescencia, de la cual se enfatiza el artículo 28, derecho a la educación. Los niños, las niñas y los adolescentes tienen derecho a una educación de calidad. Esta será obligatoria por parte del Estado en un año de preescolar y nueve de educación básica. La educación será gratuita en las instituciones estatales de acuerdo con los términos establecidos en la Constitución Política. Incurrirá en

multa hasta de 20 salarios mínimos quienes se abstengan de recibir a un niño en los establecimientos públicos de educación (Ley 1098, 2006, art.28).

## **Diseño Metodológico**

### **Hipótesis General**

Hay una relación significativa entre el consumo de canales de Youtubers y los intereses vocacionales de adolescentes de 15 a 17 años del grado once de una institución educativa.

### **Hipótesis Específicas.**

Existe asociación significativa entre el consumo de canales de Youtubers y los intereses vocacionales, específicamente en el campo artístico de adolescentes de 15 a 17 años del grado once de una institución educativa.

Existe asociación significativa entre el consumo de canales de Youtubers y los intereses vocacionales, específicamente en el campo de humanístico y ciencias sociales, de adolescentes de 15 a 17 años del grado once de una institución educativa.

### **Paradigma de la Investigación**

El paradigma que orienta el presente estudio es el positivista, racionalista y/o cuantitativo, ya que, se pretende estudiar un fenómeno desde la perspectiva objetiva. Fridias (2008) afirma que el paradigma positivista, se le suele llamar hipotético deductivo, puesto que, toma un conjunto de conocimientos establecidos respecto a un fenómeno dado y elabora un conjunto de afirmaciones que tienen como propósito ser reafirmadas o descartadas. También que se caracteriza por la objetividad, concibe un estudio partiendo del supuesto de que para un análisis la realidad puede ser fraccionada, estudiar variables mediante criterios numéricos.

Además, se sirve de la estadística. Igualmente, que el propósito de una investigación es lograr conocimiento que permita generalizar y explicar. En relación a lo mencionado por el autor, la presente investigación, busca corroborar o rechazar la relación entre consumo de canales de Youtubers y los intereses vocacionales de adolescentes de 15 y 17 años en un contexto dado (colegio Julio Pérez Ferrero).

### **Enfoque de la Investigación**

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, esto con base en el propósito principal del estudio, dado que, permite utilizar instrumentos de recolección de información con fundamentos estadísticos, tendientes a establecer la relación entre las dos variables en las cuales se basan las hipótesis a confirmar o rechazar.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) mencionan que el enfoque cuantitativo, se caracteriza por seguir unos pasos en los cuales prima el orden, no se salta un paso en particular, delimita claramente la idea de investigación, luego de ello se establecen unos objetivos a cumplirse, dudas acerca de la misma y se continua con una revisión de la literatura. Posteriormente, se elaboran unas afirmaciones que tienen como finalidad ser confirmadas o descartadas y se construyen aspectos generales del estudio. Finalmente se llega a unas conclusiones en un entorno establecido, a partir de un análisis de los datos recabados mayormente estadísticamente.

Por otra parte, se distingue según Hernández, et al. (2008) por la especificidad en las variables a investigar, las cuales se evidencian al plantear el problema. Para recolectar datos respecto a la idea de investigación, se emplean instrumentos estandarizados, que faciliten su medición. En los estudios con el enfoque cuantitativo, la perspectiva de quien investiga debe ser lo más objetiva

posible, tratar de no conducir el estudio con base en creencias, opiniones, supuestos, entre otros que él o ella posea en relación al tema que se investiga. Así mismo, busca anteponerse a los fenómenos, establecer relaciones causa-efecto.

Hernández, et al. (2008) la revisión de la literatura, cumple un papel fundamental, ya que, permite al investigador buscar variables representativas susceptibles de medición. Además, busca el mayor número de participantes posible, porque su objetivo principal es generalizar los resultados, la cantidad de personas se establece a través de métodos estadísticos.

### **Diseño Investigativo**

El diseño del presente estudio es no experimental, alcance correlacional, de corte transversal. Lo anterior, fundamentado en que la investigación no está dirigida a someter las variables a decisión de los investigadores, sino se pretende estudiar en su ocurrencia natural y determinar la relación con los intereses vocacionales.

Hernández, et al. (2010) afirman que, en un estudio no experimental, el investigador no puede manipular las variables independientes a su favor, no propicia una situación determinada, bajo unos estímulos establecidos; debido a que, no hay posibilidad de ejercer control sobre ellas ni sobre sus efectos. Además, que posterior a la observación se da el análisis de las mismas.

Mertens (2005) citado por Hernández, et al. (2010) determina que “la investigación no experimental es apropiada variables que no pueden o no deben ser manipuladas o resulta complicado hacerlo.

Por otra parte, Hernández, et al. (2010) establece que los diseños de investigación transeccional, están orientados a recopilar información en un momento único, en un periodo de tiempo establecido. Lo anterior, fundamentado en que su objetivo es dar una descripción de las

variables, dar cuenta de lo que ya está ocurriendo. Puede incluir un conjunto de personas o un grupo derivado de éste.

Con respecto a los diseños transeccionales correlacionales-causales Hernández, et al. (2010) mencionan que estos se caracterizan por describir la relación entre variables, que en algunas ocasiones se limitan sólo a la delimitación correlacional, y en otras, a causalidad.

Adicionalmente, pueden reducir el propósito a determinar grado de relación entre variables, sin llegar a estimar una asociación causal o buscar hacer un análisis de conexiones causa-efecto; cuando esto ocurre, se basan en formulaciones y supuestos dirigidos a corroborarse o excluirse de tipo correlacional.

### **Población y Muestra**

La población objeto de estudio, la conforman adolescentes de 15 a 17 años, que cursan grado once del colegio Julio Pérez Ferrero de la ciudad de Cúcuta, sede uno (Barrio Cundinamarca); cuya totalidad son 52 estudiantes (N).

La muestra elegida para el presente estudio es no probabilística, tomando como referente lo afirmado por Hernández, et al (2010), ésta se corresponde con investigaciones en las cuales priman las características particulares con las que deben contar los participantes del estudio, por encima de la probabilidad. Por tanto, la forma de determinar la cantidad no se basa en fórmulas estadísticas, sino en escoger a aquellos que cumplen con los criterios requeridos para el cumplimiento de los objetivos propuestos previamente. De acuerdo a ello, la muestra es de tipo intencional, que responde a lo detallado a continuación:

#### **Criterios de inclusión.**

Adolescentes que se encuentren en edades comprendidas entre 15 y 17 años.

Estudiantes que estén matriculados en el grado once, en la sede uno de la institución educativa (Barrio Cundinamarca).

### **Criterios de Exclusión.**

Estudiantes que no asistan a la institución educativa, a pesar de estar matriculados, por motivos de incapacidad médica.

### **Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

Teniendo como punto de referencia, el enfoque cuantitativo, y con la intención de dar respuesta al primer objetivo específico, orientado a determinar el consumo de canales de Youtubers en adolescentes de 15 a 17 años, se empleará un cuestionario con preguntas cerradas y abiertas para dos de los ítems de los cuales no se cuenta con suficiente información para delimitar opciones de respuesta, para aplicación auto administrado. Del cual, se realizó validación de criterio por 3 expertos. Los ítems se encuentran organizados de la siguiente manera

Tabla 1.

#### *Estructura del cuestionario.*

<b>Descripción del reactivo</b>	<b>Reactivo N°</b>
Accesibilidad a internet	1
Seguimiento del canal de Youtube	2
Número de canales de Youtubers seguidos por el adolescente	3
Suscripción al canal de Youtube	4
Frecuencia	5
Tiempo	6
Franja horaria	7
<b>Total</b>	<b>7</b>

Fuente: elaboración propia.

Con el propósito de dar respuesta al segundo objetivo específico planteado, dirigido a especificar los intereses vocacionales de los adolescentes de 15 a 17 años, se definió como instrumento de recolección de datos el Test Chaside. Esta prueba, está conformada por 98 reactivos, mide intereses vocacionales y aptitudes de las personas relacionados con la vocación profesional. (Rojas y Rubio, 2017).

Con respecto a las áreas que mide la prueba, éstas son “C (Administrativas y contables); H (Humanísticas, ciencias jurídicas y ciencias sociales); A (Artísticas); S (ciencias de la salud); I (Ingenieras, carreras técnicas y computación); D (Defensa y seguridad); E (Ciencias agrarias y de la naturaleza)” (Rojas y Rubio, 2017, p. 22).

En relación a la fiabilidad del test mencionado con anterioridad, “el instrumento tiene un promedio integral de concordancia del 82% como test integral, en función de la correlación entre las matrices de intereses y aptitudes” (Redondo, 2014, p. 1), de igual manera, “la fiabilidad encontrada, bajo los métodos de alfa de cronbach, es adecuada” (Redondo, 2014, p. 6) correspondiente a un valor de 0,838.

### **Normas de Interpretación y Calificación**

El estudiante tendrá como opciones de respuesta si y no, frente a las cuales deberá marcar con una X según sea su criterio frente a la pregunta. Luego de ello, se tomará en cuenta la siguiente tabla, solo para las respuestas afirmativas

Tabla 2.

*Cuadro de calificación Test Chaside*

INTERESES							APTITUDES						
C	H	A	S	I	D	E	C	H	A	S	I	D	E
98	9	21	33	75	84	77							
12	34	45	92	6	31	42							
64	80	96	70	19	48	88							
53	25	57	8	38	73	17							
85	95	28	87	60	5	93							
1	67	11	62	27	65	32							
78	41	5	23	83	14	68	15	63	22	69	26	13	94
20	74	3	44	54	37	49	51	30	39	40	59	66	7
71	56	81	16	47	58	35	2	62	76	29	90	18	79
91	89	36	52	97	24	61	46	86	82	4	10	43	55

Nota. Recuperado de

[https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/5771/TP\\_RojasDayanaAlexandra\\_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/5771/TP_RojasDayanaAlexandra_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Para la calificación de la prueba, cada número de la tabla corresponde a las preguntas del test, sólo se tendrán en cuenta aquellas en las que la respuesta fue sí, éstas se marcarán con una X. Cada número, tiene el valor de un punto, se suman de manera vertical y el resultado final se coloca en la última fila, la cual, tiene las casillas en blanco. Las letras corresponden a las iniciales de cada área que evalúa el instrumento, se toman como punto de referencia los mayores puntajes tanto en la sección intereses como en la de aptitudes (Rojas y Rubio, 2017).

### **Criterios de análisis de la información**

En primer lugar, los datos serán analizados empleando el programa SPSS, tanto para el cuestionario, como para el test Chaside. En segundo lugar, se empleará la estadística inferencial, con el propósito de corroborar los supuestos planteados de la población. (Hernández, et al. 2010).

Con el objeto de probar las hipótesis, se utilizará un tipo de análisis paramétrico. La prueba a emplear coeficiente de correlación de Pearson, esto fundamentado en que las hipótesis a comprobar son de tipo correlacional y la cantidad de variables son dos, sin determinar una causalidad entre ellas; además, ya que, presentan distribución normal (hallada estadísticamente). También, porque se busca establecer si es significativa. Adicionalmente, no contempla a una variable como independiente y a otra como dependiente (Hernández, et al.2010).

### **Análisis de Resultados**

#### **Nivel de consumo de canales de Youtubers en los adolescentes**

Tabla 3.

*Nivel de consumo de canales de Youtubers en relación al criterio tiempo*

		<b>Tiempo</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Promedio	35	74,5	81,4	81,4
	Excesivo	8	17,0	18,6	100,0
	Total	43	91,5	100,0	
Perdidos	Sistema	4	8,5		
Total		47	100,0		

En la tabla número 3 se puede evidenciar que del nivel de consumo en relación al criterio tiempo (determinado a través de una encuesta validada por expertos), se determinó que del 100% de los adolescentes encuestados (47 en total), el 81.4 % (35 de los participantes) están en el rango de un consumo promedio que de acuerdo con la literatura de antecedentes revisada para la presente investigación se encuentra entre 1 y 3 horas diarias. Por otro lado, El 18,6 % (8 de los

participantes) están en el rango de un consumo excesivo considerando que toman 3 o más horas de su tiempo diario observando canales de Youtubers. Adicionalmente, cuatro de los participantes no tienen horas de consumo de canales (valores perdidos).

Tabla 4.

*Nivel de consumo de canales de Youtubers en relación al criterio número de canales*

		<b>Número de canales</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bajo	10	21,3	25,0	25,0
	Medio bajo	10	21,3	25,0	50,0
	Medio alto	11	23,4	27,5	77,5
	Alto	9	19,1	22,5	100,0
	Total	40	85,1	100,0	
Perdidos	Sistema	7	14,9		
Total		47	100,0		

Como se evidencia en la tabla número 4, en cuanto al número de canales de Youtubers que siguen los encuestados, el porcentaje más alto corresponde al 27.5% de los participantes (11 adolescentes) los cuales están en un consumo medio alto, entendiendo por rango de consumo medio alto, que siguen en promedio entre 19 y 40 canales de Youtubers. Seguido de un 25% (10 adolescentes) que manifiestan tener un consumo de rango medio bajo, entendiendo por rango de consumo medio bajo, que siguen en promedio entre 5 y 19 canales de Youtubers; mientras que otro 25% (10 adolescentes) refieren tener un consumo de rango bajo, entendiendo por rango de consumo bajo, que siguen menos de 5 canales de Youtubers. Finalmente, un 22.5% (9 adolescentes) manifiestan tener un consumo alto de números de canales de Youtubers, lo que

traduce que siguen en promedio más de 40 canales de Youtubers. De los 47 encuestados, 7 manifiestan no seguir canales de Youtubers.

Tabla 5.

*Nivel de consumo de canales de Youtubers en relación al criterio frecuencia*

<b>Frecuencia</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 vez a la semana	5	10,4	11,6	11,6
	Entre 2 y 3 veces a la semana	11	22,9	25,6	37,2
	Entre 4 y 5 veces a la semana	4	8,3	9,3	46,5
	Diariamente	23	47,9	53,5	100,0
	Total	43	89,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	10,4		
Total		48	100,0		

De la tabla número 5, que hace referencia a la frecuencia con la cual los encuestados hacen uso de los canales de Youtubers, se logró evidenciar lo siguiente: que del 100% de los encuestados (43 adolescentes), el 53.5 % (23 adolescentes) manifiestan acceder a los canales diariamente, seguido de un 25.6 % (11 adolescentes) que refieren hacerlo entre 2 y 3 veces por semana, y luego un 11.6 % (5 adolescentes) manifiesta hacerlo 1 vez a la semana. Así mismo, el porcentaje de encuestados más bajo con un 9.3 % (4 adolescentes) menciona hacerlo entre 4 y 5 veces por semana. Finalmente, 5 de los encuestados manifiesta no tener una frecuencia en cuanto al consumo de canales de Youtubers.

## Intereses Vocacionales de los Adolescentes

Tabla 6.

*Intereses vocacionales área administrativa y contable*

		<b>C</b>				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
<b>Tabla</b>	Válido	,0	1	2,1	2,1	2,1
		1,0	1	2,1	2,1	4,3
		2,0	6	12,8	12,8	17,0
		3,0	8	17,0	17,0	34,0
		4,0	6	12,8	12,8	46,8
		5,0	5	10,6	10,6	57,4
		6,0	7	14,9	14,9	72,3
		7,0	7	14,9	14,9	87,2
		8,0	3	6,4	6,4	93,6
		9,0	2	4,3	4,3	97,9
		10,0	1	2,1	2,1	100,0
	Total	47	100,0	100,0		<b>Interés</b>

### Vocacional tipo C, por las Ciencias Administrativas.

Para realizar un análisis adecuado de los resultados del test CHASIDE, es importante resaltar que la prueba mide intereses vocacionales a través de una escala de 0.0 a 10.0 puntos, en donde a medida que el participante se acerque a valores cercanos al 0.0 puntos significa que tiene poco interés hacia el área, mientras que si sus valores se acercan al 10.0 esto denota que sus intereses tienden hacia un área en específico, es decir tiene interés por esa área o grupo de carreras.

Teniendo claridad del rango de valoración del interés vocacional de la prueba, se procede a analizar sus resultados, en cuanto a la variable C, Ciencias administrativas y contables, se obtuvo

que el 17 % (8 adolescentes) presentan un interés de 3.0 puntos hacia esta área, con un mismo porcentaje del 14.9 % (representan un 29,8% del total, 14 adolescentes) se identificó un puntaje de 6.0 y 7.0 de interés, del mismo modo, con igual valor porcentual equivalente al 12.8 % (representan 25,6% del total, 12 adolescentes) se evidenció que los encuestados tienen un 2.0 y 4.0 de interés en el área, el 10.6 % (5 adolescentes) muestra un valor de 5 punto de interés, el 6.4% (3 adolescentes) evidencian un 8.0 de interés en el área, el 4.3 % (2 adolescentes) un 9.0 de interés en el área. Además, se halla que un 2,1% representa el porcentaje tanto para un interés del 1 como del 10. Finalmente, se encuentra que el 2,1% no evidencian interés hacia el área de ciencias administrativas y contables.

Tabla 7.

*Intereses vocacionales área de humanidades y ciencias sociales*

<b>H</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2,0	1	2,1	2,1	2,1
	3,0	1	2,1	2,1	4,3
	4,0	1	2,1	2,1	6,4
	5,0	9	19,1	19,1	25,5
	6,0	10	21,3	21,3	46,8
	7,0	8	17,0	17,0	63,8
	8,0	13	27,7	27,7	91,5
	9,0	2	4,3	4,3	95,7
	10,0	2	4,3	4,3	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

**Tabla Interés Vocacional Tipo H, por el Área de Humanidades y Ciencias Sociales.**

En cuanto a la tabla número 7 de la variable H, del test CHASIDE que mide interés en el área de las humanidades y las ciencias sociales, se evidenció que el 27.7% (13 participantes) tienen

interés con puntaje de 8.0 puntos en el área, es preciso recordar que, si las puntuaciones se acercan a 0 puntos, el encuestado no tiene interés por el área, mientras que si las puntuaciones se acercan a 10 puntos los intereses del encuestado son afines con el área. Siguiendo con el análisis, se identificó que el 21.3% (10 participantes) tiene un interés de 6.0 puntos en el área, el 19.1% (9 participantes) un interés de 5.0 puntos en el área, el 17.0% (8 participantes) mostraron tener interés de 7.0 puntos en el área; con un mismo porcentaje correspondiente al 4.3% (representan el 8,6% del total, 4 participantes) se identificó un interés en el área sobre 9.0 y 10.0 puntos respectivamente. De la misma manera, con igual valor porcentual equivalente al 2.1% (representan el 6,3% del total, 3 estudiantes) se presenta un interés en el área con puntuaciones de 2.0, 3.0 y 4.0 respectivamente.

Tabla 8.

*Intereses vocacionales área artística*

A					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	3,0	3	6,4	6,4	6,4
	4,0	1	2,1	2,1	8,5
	5,0	6	12,8	12,8	21,3
	6,0	12	25,5	25,5	46,8
	7,0	10	21,3	21,3	68,1
	8,0	10	21,3	21,3	89,4
	9,0	3	6,4	6,4	95,7
	10,0	2	4,3	4,3	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

**Tabla Interés Vocacional Tipo A, por el Área Artística.**

En cuanto a la tabla número 8 de la variable A, del test CHASIDE que mide interés por el área de artística, se evidenció que del 100% de los encuestados (47 participantes), el 25.5% (12 adolescentes) tienen un interés de 6.0 puntos por el área, con un mismo porcentaje equivalente al 21.3% (representan un 42,6% del total, 30 adolescentes) los encuestados presentan afinidad para los rangos de 7.0 y 8.0 puntos, el 12.8% (6 adolescentes) mostraron un interés de 5.0 puntos por el área; con igual valor porcentual correspondiente a un 6.4% (representan el 12,8% del total, 6 adolescentes) se identificó un interés por el área de 3.0 y 9.0 puntos respectivamente; por otro lado, el 4.3% (2 adolescentes) evidenciaron tener interés de 10.0 puntos en el área. Finalmente, un 2.1% (1 adolescente) tiene un interés de 4.0 puntos en el área de artística.

Tabla 9.

*Intereses vocacionales área de medicina y ciencias de la salud*

<b>S</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,0	1	2,1	2,1	2,1
	2,0	2	4,3	4,3	6,4
	3,0	5	10,6	10,6	17,0
	4,0	1	2,1	2,1	19,1
	5,0	7	14,9	14,9	34,0
	6,0	10	21,3	21,3	55,3
	7,0	7	14,9	14,9	70,2
	8,0	10	21,3	21,3	91,5
	9,0	3	6,4	6,4	97,9
	10,0	1	2,1	2,1	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

**Tabla Interés Vocacional tipo S, por el Área de Medicina y Ciencias de la Salud.**

En cuanto a la tabla número 9 de la variable S, del test CHASIDE que mide interés por el área de medicina y ciencias de la salud, se evidenció que del 100% de los encuestados (47 participantes), con un mismo porcentaje equivalente al 21.3% (representan el 42,6% del total, 20 adolescentes) presentan un interés de 8.0 y 6.0 puntos en el área, de la misma forma, el 14.9% (representan el 29,8%, 14 adolescentes) mostraron un interés de 5.0 y 7.0 puntos en el área. Por otro lado, se identificó que el 10.6% (5 adolescentes) tienen un interés de 3.0 puntos en el área, un 6.4% (3 adolescentes) evidenciaron un interés de 9.0 puntos en el área; por otro lado, un 4.3% (2 adolescentes) presentan un interés de 2.0 puntos en el área. Finalmente, con igual valor porcentual del 2.1 % (representan el 6,3% del total, 3 adolescentes) los estudiantes tienen un interés en el área de medicina y ciencias humanas de 1.0, 4.0, y 10.0 puntos respectivamente.

Tabla 10.

*Intereses vocacionales área de ingeniería y computación*

<b>I</b>						
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	,0	1	2,1	2,1	2,1	
	1,0	1	2,1	2,1	4,3	
	2,0	6	12,8	12,8	17,0	
	3,0	3	6,4	6,4	23,4	
	4,0	8	17,0	17,0	40,4	
	5,0	7	14,9	14,9	55,3	
	6,0	6	12,8	12,8	68,1	
	7,0	7	14,9	14,9	83,0	
	8,0	6	12,8	12,8	95,7	
	9,0	2	4,3	4,3	100,0	
	Total	47	100,0	100,0		

**Tabla Interés Vocacional Tipo I, por el Área de Ingeniería y Computación.**

En cuanto a la tabla número 10 de la variable I, del test CHASIDE que mide interés por el área de ingeniería y computación, se evidenció que del 100% de los encuestados (47 participantes), el 17.0% (8 adolescentes) tienen un interés de 4.0 puntos en el área, con un mismo porcentaje correspondiente al 14.9% (representan el 29,8% del total, 14 adolescentes) mostraron un interés de 5.0 y 7.0 puntos por el área respectivamente; de igual modo, con igual porcentaje correspondiente al 12.8% (representan el 38,4% del total, 18 adolescentes) se identificó un interés de 2.0, 6.0 y 8.0 puntos por el área respectivamente. Por otro lado, el 6.4% (3 adolescentes) presentan un interés de 3.0 puntos en el área, el 4.3% (2 adolescentes) un interés de 9.0 puntos en el área y el 2.1% (1 adolescente) un interés de 1 punto. Por último, un 2,1% (1 adolescente) no tienen afinidad por el área, lo cual se halla mediante la puntuación de 0.

Tabla 11.

*Intereses vocacionales área de defensa y seguridad*

<b>D</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2,0	3	6,4	6,4	6,4
	3,0	4	8,5	8,5	14,9
	4,0	6	12,8	12,8	27,7
	5,0	8	17,0	17,0	44,7
	6,0	7	14,9	14,9	59,6
	7,0	9	19,1	19,1	78,7
	8,0	4	8,5	8,5	87,2
	9,0	3	6,4	6,4	93,6
	10,0	3	6,4	6,4	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

### Tabla Interés Vocacional Tipo D, por el Área de Defensa y Seguridad.

En cuanto a la tabla número 11 de la variable D, del test CHASIDE que mide interés por el área de defensa y seguridad, se evidenció que del 100% de los encuestados (47 participantes), el 19.1% (9 adolescentes) tiene un interés de 7.0 puntos por el área, el 17.0% (8 adolescentes) evidenciaron un interés de 5.0 puntos en el área, seguido del 14.9% (7 adolescentes) con un interés de 6.0 puntos en el área, el 12.8% (6 adolescentes) mostró tener interés de 4.0 puntos en el área. Por otra parte, con un mismo valor porcentual del 8.5% (representan el 17% del total, 8 adolescentes) se identificó que los encuestados presentan un interés de 3.0 y 8.0 puntos en el área, de igual forma, con un mismo porcentaje del 6.4% (representan el 19,2% del total, 9 adolescentes) se identificó un interés de 2.0, 9.0 y 10.0 puntos en el área.

Tabla 12.

#### *Intereses vocacionales área de ciencias exactas y agrarias*

<b>E</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2,0	2	4,3	4,3	4,3
	3,0	5	10,6	10,6	14,9
	4,0	6	12,8	12,8	27,7
	5,0	7	14,9	14,9	42,6
	6,0	6	12,8	12,8	55,3
	7,0	9	19,1	19,1	74,5
	8,0	5	10,6	10,6	85,1
	9,0	5	10,6	10,6	95,7
	10,0	2	4,3	4,3	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

### Tabla Interés Vocacional tipo E, por el Área de Ciencias Exactas y Agrarias.

En cuanto a la tabla número 12 de la variable E, del test CHASIDE que mide interés por el área de ciencias exactas y agrarias, se evidenció que del 100% de los encuestados (47 participantes), el 19.1% (9 adolescentes) tienen un interés de 7.0 puntos en el área, el 14.9% (7 adolescentes) mostraron un interés de 5.0 puntos en el área; por otro lado, con un mismo porcentaje de 12.8% (representan el 25,6% del total, 12 adolescentes) se identificó un interés en el área de 4.0 y 6.0 puntos respectivamente, de igual manera, con igual valor porcentual equivalente al 10.6% (representan el 31,8%, 15 adolescentes) se detectó un interés en el área con 3.0, 8.0 y 9.0 puntos respectivamente. De igual modo, que con un mismo porcentaje equivalente al 4.3% (representan el 8,6% del total, 4 adolescentes) presentaron un interés de 2.0 y 10.0 puntos en el área de ciencias exactas y agrarias.

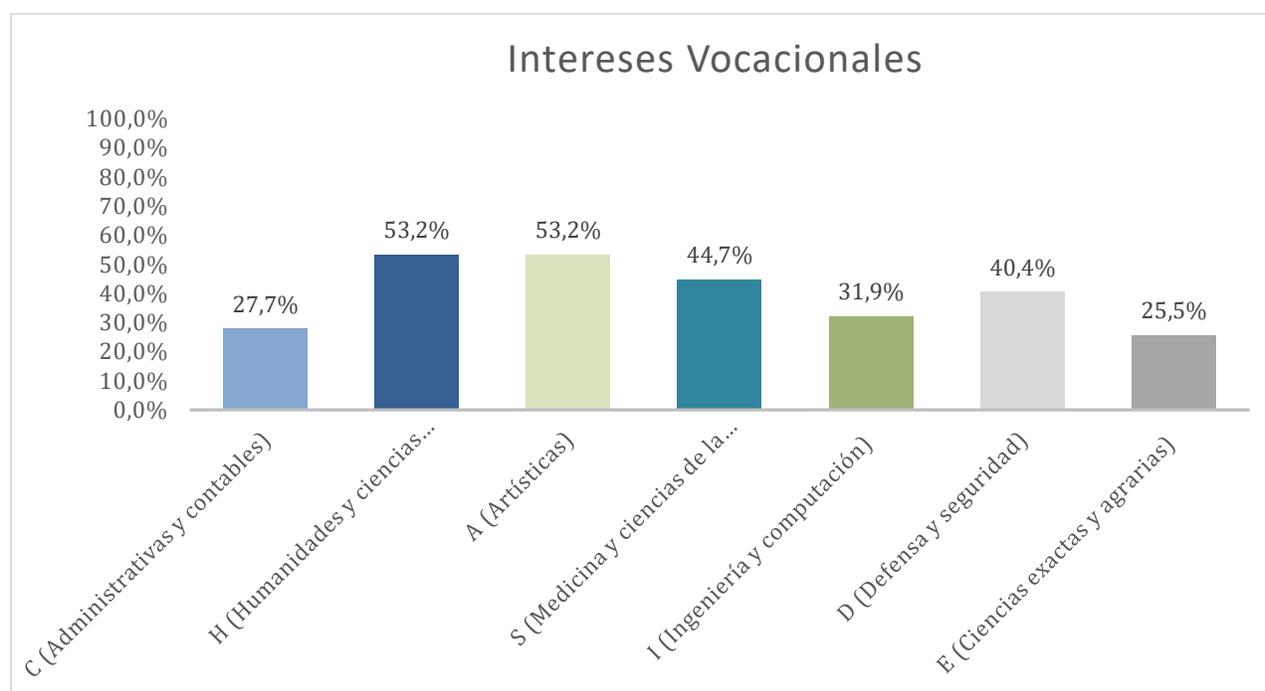


Figura # 1. Porcentaje de cada área evaluada mediante el test CHASIDE. Se presenta comparación porcentual entre ellas, cada una revisada sobre el 100%.

En la figura 1, se puede evidenciar el total de áreas que mide el test CHASIDE, 7 áreas en total, inicialmente se toma como referencia que el Test por sus características de instrumentos mide la preferencia hacia un área de interés desde el 0.0 y el 10.0 puntos, en donde valores cercanos a 0.0 puntos significa que no existe interés por área en mención, mientras que valores cercanos a 10.0 puntos significan que si existe interés vocacional por el área en mención; es igualmente importante resaltar que una misma persona puede tener intereses vocacionales en varias áreas 2 o 3, es por ello que para efectos de aclarar el porcentaje de estudiantes que se inclinaron por un área en específico, se tomó como referencia el 100% de los estudiantes para cada área, Las áreas en las que más intereses vocacionales puntuaron los participantes fueron con un 53.2% las áreas H (humanidades y ciencias sociales) y A(artística). En contraste, el 44.7% de los encuestados evidenciaron interés por el área S (medicina y ciencias de la salud), por otra parte, el 40.4% de los adolescentes presentaron afinidad vocacional por el área D (defensa y seguridad), seguido de un 31.9% con interés por el área de I (ingeniería y computación), el 27.7% mostraron tener intereses vocacionales hacia el área C (ciencias administrativas y contables), y finalmente con un 25.5% de los encuestados presentaron intereses vocacionales hacia el área E (ciencias exactas y agrarias).

## Relación entre Resultados del Test Chaside y el Consumo de Canales de Youtubers en los Adolescentes

Tabla 13.

*Correlación intereses vocacionales y consumo de canales de Youtubers*

		Correlaciones								
		Tiempo	Número de canales	C	H	A	S	I	D	E
Tiempo	Correlación de Pearson	1	,423**	-	-	-	-	-	-	-
	Sig. (bilateral)		0,007	0,193	0,224	0,035	,370*	0,170	0,263	,342*
	N	43	40	43	43	43	43	43	43	43
Número De canales	Correlación de Pearson	,423**	1	-	-	0,021	-	0,088	-	0,016
	Sig. (bilateral)	0,007		0,120	0,200		0,086		0,187	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

En cuanto a la tabla número 13, que correlaciona el interés vocacional con el consumo de canales de Youtubers, se evidenció que no existe una correlación positiva entre las variables de tiempo y número de canales en consonancia con las 7 áreas que evalúa el test CHASIDE; lo que si se obtuvo como hallazgo en los resultados, es que hay una correlación negativa entre la variable tiempo y las áreas S (medicina y ciencias de la salud) con un ,370\* y área E (ciencias exactas y agrarias) con un ,342\*.

## Discusión

De acuerdo a los resultados descritos con anterioridad, se puede afirmar que el nivel de consumo de canales de Youtubers en adolescentes de 15 a 17 años, se ubicó en un rango promedio, es decir entre 1 y 3 horas; lo cual, converge con los hallazgos encontrados en otros estudios (Westenberg, 2016; Vega y Villamizar; 2016) en los cuales, se determinó que la utilización habitual de redes sociales oscila entre 1 y dos horas, donde resalta la red social Youtube entre las preferencias de contenido audiovisual, por encima de otros intereses de este tipo. Lo anterior, también es consistente con lo hallado en relación al número de canales, donde se estableció que los estudiantes se encuentran entre los niveles bajo y medio alto, en cuanto a predominancia significativa respecta.

En la misma línea anterior, el nivel de consumo de canales de Youtubers en cuanto a la frecuencia, dio como resultado que la mayoría de los adolescentes presenta un consumo diario de los mismos, así como también entre 2 y 3 veces a la semana. Lo que apunta en la misma dirección de los resultados obtenidos en otras investigaciones (Westenberg, 2016; Vega y Villamizar, 2016; Arias, 2017; Márquez y Ardévol, 2018; Illera y Benito, 2018) donde se halla que los jóvenes visitan a diario la red social Youtube, la perciben como atractiva, puesto que, en esta encuentran variedad de temáticas que se corresponden con sus gustos, sus vivencias, su forma de expresión coloquial, además de oportunidad de interacción entre el creador de contenido y el espectador. Así mismo, lo anterior es consistente con lo afirmado por Pereira et al., (2019), quienes en su investigación determinaron que existe una conectividad frecuente a los medios (Facebook y Youtube entre los más destacados entre las redes sociales), de la cual, también es pertinente resaltar que se estableció que el tiempo dedicado al tema en mención, que

surge como iniciativa por parte del estudiante, es desestimado por el modelo de educación típica (donde no se toma en cuenta las actividades extra académicas de los alumnos, sus intereses como medios fructíferos para llegar al aprendizaje significativo).

En este sentido, de acuerdo a lo detallado con antelación, los hallazgos se corresponden con el modelo de práctica de los medios, propuesto por Brown y Witherspoon (2002), el cual, plantea que la motivación representa el aspecto más relevante que tiene en cuenta el adolescente para acceder a los contenidos, lo que ocurre se presenta como un ciclo que empieza cuando el joven dirige su atención hacia algo que suscita interés, interpreta a lo que accede y decide con respecto a ello; esto se puede evidenciar en el consumo diario, la cantidad de horas dedicadas y el número de canales de Youtubers que visitan los jóvenes, puesto que, es un tema que se presenta como algo interesante y atractivo, un contenido al que vuelven acceder (se vuelve cíclico) con frecuencia similar.

En cuanto a los intereses vocacionales de los estudiantes (entre 15 y 17 años) del grado once, se encontró que de acuerdo a los diferentes campos evaluados a través del test Chaside, la predominancia son las áreas Artísticas y las de humanidades y Ciencias Sociales; por otro lado, las de menor interés son las administrativas y contables y las ciencias exactas y agrarias. Lo anterior se asemeja parcialmente a lo hallado por Pineda (2017), quién encontró que los alumnos como primera opción se inclinaron por el área de sociología y humanidades, sin embargo, difiere con el presente estudio en lo que respecta a la segunda opción, puesto que, el resultado obtenido fue el área de gestión de empresas y negocios. De lo anterior, es relevante mencionar que los resultados corresponden a países diferentes (Colombia y España).

De igual manera, Pérez y Llaneras (2017) en su artículo presentan los resultados de una encuesta (Gad3 a más de 12.000 jóvenes españoles de entre 16 y 19 años), donde se detectó que el interés vocacional de los jóvenes tiende hacia las áreas de ciencias sociales y jurídicas entre las primeras opciones a elegir, lo cual, converge con lo hallado en el presente estudio. Sin embargo, no concuerda en la segunda opción encontrada, que la constituye el área de ciencias de la salud, campo que ocupó el tercer lugar en la comparación porcentual de cada campo, evaluado a través del test Chaside (el porcentaje fue inferior a la media).

Por otro lado, Restrepo, Carvajal y Roldán (2016) en su investigación acerca de la preferencia vocacional, obtuvieron como resultado que los estudiantes presentan una mayor tendencia hacia las carreras de medicina, administración de empresas y derecho. Lo cual, es congruente con la presente investigación en relación al derecho, debido a que esta profesión hace parte del área de Humanidades y ciencias sociales, campo que se halló como preponderante. No obstante, no se corresponde con medicina y administración de empresas, programas académicos que hacen parte de las áreas administrativas y contables y de medicina y ciencias de la salud, evaluadas mediante el Chaside, donde se encontró que el interés por parte de los estudiantes no es predominante. De lo mencionado con anterioridad, es significativo resaltar que los resultados corresponden a un mismo país (Municipios del departamento de Antioquia-ciudad de San José de Cúcuta).

En cuanto al consumo de canales de Youtubers y los intereses vocaciones de los adolescentes, no se evidenció correlación positiva entre las variables, sin embargo, se obtuvo como hallazgo una relación negativa entre la variable tiempo y las áreas de medicina y ciencias de la salud y ciencias exactas y agrarias; de lo cual, se puede afirmar que entre mayor es el número de horas dedicadas a ver canales de Youtubers (nivel de consumo de canales de Youtubers en relación al criterio tiempo) por parte de los adolescentes, más se aleja el interés por las áreas en mención.

De acuerdo a lo mencionado con anterioridad, se rechaza la primera y segunda hipótesis planteada, ya que, no existe asociación significativa entre el consumo de canales de Youtubers y los intereses vocacionales de los adolescentes, específicamente en el campo artístico; ni tampoco entre el consumo de canales de Youtubers y los intereses vocacionales de los adolescentes, específicamente en el campo de humanístico y ciencias sociales.

### **Conclusiones**

Los adolescentes están recurriendo a otras fuentes de contenido audiovisual, a las cuales dedican tiempo diario, como lo son los canales de Youtubers, lo que constata que tienen una exposición significativa al material que elaboran los creadores de videos de la red social Youtube.

Los canales de Youtubers representan un espacio atractivo para una cantidad significativa de adolescentes quienes acceden de manera cíclica al contenido (diariamente y entre 2 y 3 veces a la semana, aproximadamente entre 1 y 3 horas).

En cuanto a la dinámica de elección vocacional, los adolescentes están optando por carreras en donde prevalecen actividades que se encaminen hacia las artes y el entendimiento de lo que significa el proceso de interacción con otras personas, esto a favor de la escogencia de profesiones que tengan que ver con las humanidades y las ciencias sociales como primera opción.

Por otro lado, es importante resaltar que los adolescentes están orientándose por alejarse de escoger carreras que demanden una atención mucho más minuciosa al detalle como lo son la medicina y ciencia de la salud y las ciencias exactas y agrarias.

La frecuencia de consumo de canales de Youtubers de los estudiantes del colegio, se presenta en la cantidad promedio de la cohorte que se da actualmente.

El área de ciencias sociales y jurídicas presenta una predominancia en los intereses vocacionales de los jóvenes tanto nacional como internacionalmente (de acuerdo a la presente investigación y a los demás estudios de la discusión).

### **Recomendaciones**

Para posteriores estudios relacionados con canales de Youtubers se sugiere emplear un enfoque cualitativo, con el objeto de detectar las razones por las cuales observan los mismos y en qué medida pueden llegar a percibir la apertura de un canal en Youtube como oportunidad laboral u opción vocacional.

En cuanto a ulteriores investigaciones con enfoque cuantitativo que se orienten por intereses vocacionales en adolescentes, es relevante tener en cuenta pruebas psicométricas que incluyan la mayor variedad de áreas de interés posibles, con el objeto de obtener una información más amplia posible, sin dejar de lado que cuente con adaptación para el país donde se vaya a realizar el estudio.

Tener en cuenta para posteriores investigaciones, la aplicación de pruebas psicométricas que midan intereses vocacionales, específicamente en el área artística que incluyan reactivos relacionados con intereses orientados a la elaboración de contenidos audiovisuales para redes sociales.

En otros estudios se recomienda que se amplíe la población objeto de estudio, bien sea que abarque diferentes sedes de un mismo colegio, o instituciones distintas, es decir, tanto públicas como privadas; en donde los sujetos pertenezcan a niveles socioeconómicos diversos.

## Referencias Bibliográficas

- Arias, C. (2017). *Los youtubers como nuevos referentes sociales de los nativos digitales*. (Tesis de grado). Recuperado de: <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/27873>
- Bandura (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Berger, K. (2007). *Psicología del desarrollo. Infancia y adolescencia*. España: Panamericana.
- Berzosa, M. (2017). *Youtubers y otras especies*. Barcelona: Ariel-Fundación Telefónica.  
Recuperado de [http://educared.fundaciontelefonica.com.pe/wp-content/uploads/2018/03/Youtubers\\_y\\_otras\\_especies.pdf](http://educared.fundaciontelefonica.com.pe/wp-content/uploads/2018/03/Youtubers_y_otras_especies.pdf)
- Bravo, G.T, Vergara, M. A. T. (2018). Factores que determinan la elección de carrera profesional: en estudiantes de undécimo grado de colegios públicos y privados de Barrancabermeja. *Psicoespacios*, 12(20), 35-48.
- Bronfenbrenner, U (1987). *La ecología del desarrollo humano*. Buenos Aires: Editorial Paidós SAICF
- Brown, J. D. y Witherspoon, E. M. (2002). The mass media and American adolescents' health. *Journal of Adolescent Health*, 31, 153–170.
- Cano Celestino, M. A. (2008). Motivación y elección de carrera. *Revista mexicana de orientación educativa*, 5(13), 6-9.
- Carrera, S, Villalba, K. (2017). *Factores que inciden en la elección vocacional en estudiantes de 10mo grado de EGB*. (Trabajo de grado). Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/25993>
- Claperade, E. (1972). *Cómo diagnosticar las aptitudes en los escolares*. Madrid: Aguilar.

- El congreso de Colombia. Ley 1098 de 2006. Recuperado de  
[https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley\\_1098\\_2006.htm](https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1098_2006.htm)
- El congreso Nacional de la República de Colombia. Ley 115 de febrero 8 de 1994. Recuperado de: [https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906\\_archivo\\_pdf.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf).
- Ellis, J. (2005). *Aprendizaje humano*. España: Pearson Merrill Prentice Hall.
- Erikson, E.H. (1950). *Childhood and society*. New York: W.W. Norton. Recuperado de:  
[https://books.google.com.co/books?id=L-UrEpS3UbeC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?id=L-UrEpS3UbeC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Erikson, E.H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York: W.W. Norton. Recuperado de  
[http://www.academia.edu/37327712/Erik\\_H.\\_Erikson\\_-\\_Identity\\_Youth\\_and\\_Crisis\\_1\\_1968\\_W.\\_W.\\_Norton\\_and\\_Company\\_1\\_](http://www.academia.edu/37327712/Erik_H._Erikson_-_Identity_Youth_and_Crisis_1_1968_W._W._Norton_and_Company_1_)
- Establés, M., Guerrero-Pico, M., & Contreras-Espinosa, R. (2019). Jugadores, escritores e influencers en redes sociales: Procesos de profesionalización entre adolescentes. *Revista Latina De Comunicación Social*, (74), 214-237.  
doi:<http://ezproxy.unisimon.edu.co:2151/10.4185/RLCS-2019-1328>
- Fridias, G. (2008). *Perfil del profesor de metodología de la investigación en educación superior*. (Trabajo de grado/ tesis de maestría/ Universidad Central). Recuperado de:  
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/982/indice.htm>.
- García Segura, S., & Olivares García, M., & Racionero Siles, F. (2017). Desarrollo de la madurez vocacional en adolescentes: difícil reto para la orientación académica y profesional. *Revista de Pedagogía*, 38 (102), 195-216. Recuperado de  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65952814010>.

- Havighurst, R. J. (1972). *Developmental tasks and education*. New York: David McKay.
- Hernández, R, Fernández, C, Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Quinta edición. México D.F: McGraw-Hill.
- Hernández, V; Muñiz, J; Sánchez, J. (2016). La comunicación nos hará felices: los valores vocacionales de los futuros estudiantes de comunicación, Madrid-España, *Revista Científica Complutenses* Vol. 22, N 2. Pág. 1-7. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/54251>
- Hidalgo Vicario, M.I., Ceñal González, M.J., Güemes Hidalgo, Fierro M. La adolescencia. Aspectos físicos, psicosociales y médicos. Principales cuadros clínicos. *Medicine - Programa de Formación Médica Continuada Acreditado*, 11 (61), 3579- 87. [doi.org/10.1016/S0304-5412\(14\)70818-2](https://doi.org/10.1016/S0304-5412(14)70818-2).
- Hurlock, B.E. (1982). *Desarrollo psicológico del joven*. Segunda edición. México D.F: McGraw-Hill.
- Igua, A. (2016). Articulación entre la educación media y superior. *Percepción de estudiantes de undécimo grado acerca de los programas de orientación vocacional en una institución pública y una privada*. (Tesis de maestría). Recuperado de: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/15484/1/IguaAlfonsoEnaDanitza2016.pdf>.
- Illera, A. E., Benito, S. M. (2018). La profesionalización de los youtubers: el caso de Verdeliss y las marcas. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 37-54.
- Institución educativa Julio Pérez Ferrero. (2014). Nuestro colegio. Recuperado de <https://julioperezferrero.edu.co/portal/nuestro-colegio/#>

- Pérez, C. y Llaneras, K. (2017, Jul 29). Los adolescentes conservan roles de género de generaciones pasadas. El País Retrieved from <https://ezproxy.unisimon.edu.co:2120/docview/1924170216?accountid=45648>
- Marcia, J. (1980). Identity in adolescence, en J. Adelson(comp.), Handbook of adolescent psychology. Nueva York: Wiley.
- Márquez, I y Ardévol, E. (2018). Hegemonía y contrahegemonía en el fenómeno youtuber. Desacatos, (56), 34-49. Recuperado de <https://ezproxy.unisimon.edu.co:2120/docview/2015383020?accountid=45648>
- Moreno, F. A. (2015). *La adolescencia*. Recuperado de <https://ezproxy.unisimon.edu.co:2125>
- Narváez, V. (25, septiembre, 2018). En Colombia, el 47% de los estudiantes deserta de la Universidad. El Heraldo. Recuperado de: <https://www.elheraldo.co/barranquilla/en-colombia-el-47-de-los-alumnos-deserta-de-la-universidad-545962>.
- Osipow, S.H. (1990). *Teorías sobre la elección de carreras*. Segunda edición. Trillas, México.
- Patiño Pozo, M. D. P. (2016). *Relación entre el clima social familiar y los intereses vocacionales en estudiantes del quinto grado de secundaria de la institución educativa “Juan Velasco Alvarado”, Paimas–Ayabaca-Piura, 2015*. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/710>
- Pereira, S., Fillol, J., & Moura, P. (2019). El aprendizaje de los jóvenes con medios digitales fuera de la escuela: De lo informal a lo formal. *Comunicar*, 27(58), 41. doi:<http://ezproxy.unisimon.edu.co:2151/10.3916/C58-2019-04>
- Pérez, V. M. (2009). Investigación y reflexión sobre condicionantes del fracaso escolar. *Revista Latinoamericana De Estudios Educativos*, 39(1), 11-38. Retrieved from <https://ezproxy.unisimon.edu.co:2120/docview/204617737?accountid=45648>

- Pérez, C. y Llaneras, K (2017, Jul 29). Los adolescentes conservan roles de género de generaciones pasadas: Edición andalucía]. El País Retrieved from <https://ezproxy.unisimon.edu.co:2120/docview/1924170216?accountid=45648>
- Pérez-Torres, V., Pastor-Ruiz, Y., & Abarrou-Ben-Boubaker, S. (2018). Los youtubers y la construcción de la identidad adolescente. *Comunicar*, 26(55), 61-70.  
doi:<http://ezproxy.unisimon.edu.co:2151/10.3916/C55-2018-06>
- Piaget, J (1999) *Jean Piaget de la pedagogía*. Buenos Aires: Editorial Paidós SAICF
- Piaget, J. (1972). Intellectual evolution from adolescence to adulthood. *Human development*, 15(1), 1-12.
- Pineda, A. (2017). *Relación entre los intereses profesionales expresados y los intereses profesionales inventariados en estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana*. (Tesis de maestría). Recuperado de: [http://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/upch/867/Relacion\\_PinedaPalomino\\_Aldo.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/upch/867/Relacion_PinedaPalomino_Aldo.pdf?sequence=3&isAllowed=y).
- Rascovan, S. (2013). Orientación vocacional, las tensiones vigentes. *Revista Mexicana de Orientación Educativa*, 10(25), 47-54.
- Redondo, Y. (2014). *Exploración de intereses y aptitudes vocacionales a través de la aplicación y análisis del test Chaside*. (Tesis de especialidad en orientación vocacional y ocupacional). Recuperado de: <http://alejandria.ufps.edu.co/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=40297>
- Restrepo, B. G, Carvajal, C. M. A., Roldán, N. D. L. (2016). Preferencias profesionales de estudiantes de educación media del Bajo Cauca, Norte y Nordeste de Antioquia, Colombia. *Revista Senderos Pedagógicos*, (7), 94-105

- Rivas, F. (2003). Conducta y asesoramiento vocacional en la adolescencia. Papeles del Psicólogo: *Revista del Colegio Oficial de Psicólogos*, 84.
- Rivas, F. (2005). Psicología vocacional: propuesta de un nuevo enfoque integrado de la actividad cognitivo conductual del asesoramiento vocacional. *Revista de Psicología y Educación*, 1, 135-166.
- Rojas, D, Rubio, L. (2017). *Preferencias vocacionales en estudiantes de Psicología de primer año de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. (Trabajo de grado)*. Recuperado de [https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/5771/TP\\_RojasDayanaAlexandra\\_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/5771/TP_RojasDayanaAlexandra_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ruiz-Palmero, Julio, Sánchez-Rodríguez, José, y Trujillo-Torres, Juan Manuel. (2016). Utilización de Internet y dependencia a teléfonos móviles en adolescentes. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14(2), 1357-1369. <https://dx.doi.org/10.11600/1692715x.14232080715>
- Sánchez Castillo, S., y Mestre Pérez, R. (2016). Redes sociales y jóvenes universitarios: usos e identidad personal. *Opción*, 32 (10), 696-714. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048901040>
- Sánchez, P. y Valdez, A. (2003). Teoría y práctica de la orientación en la escuela, un enfoque psicológico. México D.F.: editorial el manual moderno, S.A. de C.V.
- Santrock, J. (2006). Psicología del desarrollo. El ciclo vital. Décima edición. Madrid, España: McGraw-Hill/Interamericana de España, S a U.

- Santrock, J. (2006). *Psicología del desarrollo*. El ciclo vital. Décima edición. Madrid, España: McGraw-Hill/Interamericana de España, S a U.
- Schneider, A, Crites, J. (1962). The maturity of vocational attitudes in adolescence. APGA, Inquiry series, N° 2. Washington, D.C: American Personell and Guidance Association.
- Super, D. (1957). Carrer development: A framework for research. New York: Bureau of publications, Teachers College.
- Vega Riaño, H., y Villamizar Castro, M. (2016). Capacidades críticas y acríicas de los estudiantes de noveno grado de instituciones de educación media de Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario frente a los contenidos audiovisuales de Facebook y YouTube. Caso: Colegio Departamental Integrado General S. Educación Y Humanismo, 18(31), 274-301. <https://doi.org/10.17081/eduhum.18.31.1379>.
- Westenberg, W. (2016). The influence of youtubers on teenagers. Ensenada: University of. Recuperado de: [https://www.seksonderzoek.be/wp-content/uploads/2016/03/Westenberg\\_MA\\_BMS.pdf](https://www.seksonderzoek.be/wp-content/uploads/2016/03/Westenberg_MA_BMS.pdf)
- Zubiría, J. (11, diciembre, 2016). Resultados de las pruebas PISA: no hay mucho que celebrar. Recuperado de: <https://www.razonpublica.com/index.php/economia-y-sociedad/9923-resultados-de-las-pruebas-pisa-no-hay-mucho-que-celebrar.html>







