



ORIENTACIÓN VOCACIONAL Y ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA: PROPUESTA DE PÓDCAST EN EL ÁMBITO EDUCATIVO

Vocational Guidance and Media Literacy: A Podcast Proposal in the Educational Sphere

NEREA CUENCA ORELLANA ¹, NATALIA MARTÍNEZ PÉREZ ², SONIA DUEÑAS MOHEDAS ³

¹Universidad Rey Juan Carlos, España

²Universidad de Burgos, España

³Universidad Carlos III de Madrid, España

KEYWORDS

*Vocational Guidance
Higher Education
Sixth Form
Podcast
Media Literacy
Educommunication
PBS*

ABSTRACT

Vocational guidance (OV) responds to the abilities and talents of secondary school students in the choice of a professional career or a university degree. This study proposes an experience based on the production of a podcast using a mixed methodological approach, combining qualitative and quantitative techniques, and targeting secondary school students. The project is based on the need to create synergies between Secondary Education and Sixth Form together with Higher Education (universities) to meet the needs of students in terms of OV, as well as to improve the quality of education and promote teaching media literacy.

PALABRAS CLAVE

*Orientación vocacional
Educación Superior
Bachillerato
Pódcast
Alfabetización mediática
Educomunicación
ABP*

RESUMEN

La orientación vocacional (OV) responde a las capacidades y talentos del alumnado de la Educación Secundaria en la elección de una carrera profesional o titulación universitaria. Este estudio propone una experiencia basada en la producción de un pódcast bajo un enfoque metodológico mixto que combina técnicas cualitativas y cuantitativas; y cuyo público objetivo es alumnado de Bachillerato. El proyecto parte de la necesidad de establecer sinergias entre la Educación Secundaria (los institutos) y la Educación Superior (las universidades) para cubrir las necesidades del alumnado respecto a la OV, así como mejorar la calidad educativa y fomentar la alfabetización mediática.

Recibido: 16 / 10 / 2024

Aceptado: 06 / 12 / 2024

1. Introducción

La adolescencia es una etapa llena de inquietudes, especialmente en lo que respecta las decisiones de cara al futuro académico y profesional. Los y las jóvenes se ven abocados a elegir su vocación, necesitados de una orientación que, en ocasiones, consideran insuficiente. Este sentimiento de inseguridad, por parte del alumnado que va a dar el salto a una etapa superior, no es sorprendente dado el vasto abanico de opciones educativas y profesionales disponibles. Desde la elección entre una formación profesional (FP) o una carrera universitaria (grados, másteres) u oposiciones, el gran abanico de posibilidades puede resultar abrumador. Además, la presión social, las expectativas familiares y el miedo al fracaso son factores que contribuyen a esta incertidumbre. Los y las adolescentes se encuentran en una encrucijada, donde cada elección parece tener un impacto significativo en su futuro. Esta situación puede generar ansiedad y estrés, afectando a su bienestar emocional y a su rendimiento académico. Sin embargo, es crucial entender que la indecisión vocacional es una etapa natural del desarrollo personal y profesional.

La Educación Secundaria tiene la responsabilidad de preparar a los estudiantes para su futura carrera profesional, proporcionándoles información sobre las diferentes opciones laborales (Gaspar González, 2018). Este proceso de orientación académica debe realizarse y mantenerse de manera constante, con un enfoque especial en la etapa previa al acceso a los estudios postobligatorios, ya que es un momento clave en el que se toman decisiones que influyen significativamente en su futuro. La selección de un título superior viene determinada por factores, como los estereotipos, los mitos y la falta de información (Alarcón Montiel, 2020), así como «las expectativas futuras, la capacidad del alumnado, factores económicos y sociales, entre otros» (Martínez Martínez et al., 2015, p. 65). Estas decisiones se ven afectadas por las expectativas de familiares o personas cercanas, es decir, la presión social puede hacer que opten por carreras que no se alinean con sus auténticos intereses o capacidades, sino con prejuicios o ideas preconcebidas.

La información sobre el mercado laboral y las perspectivas de carrera en diversos sectores resulta insuficiente, por lo que también contribuye a esta problemática. Muchos jóvenes pueden elegir una carrera sin comprender completamente las exigencias del trabajo o las oportunidades de desarrollo profesional que ofrece, lo que puede llevar a frustración y desilusión cuando la realidad laboral no coincide con sus expectativas (Hofer, 2020). Las instituciones educativas, los orientadores vocacionales y las empresas pueden desempeñar un papel crucial al proporcionar orientación y recursos que ayuden a tomar decisiones informadas y alineadas con sus intereses, habilidades y objetivos profesionales a largo plazo (Popescu, 2021).

Según la investigación de Castelló y Cladellas (2021), el 55% de las elecciones vocacionales explícitas de los y las jóvenes no coinciden con sus intereses implícitos. A partir de una encuesta a 300 estudiantes de 4º de ESO en Barcelona, los resultados mostraron que las evaluaciones vocacionales tradicionales no captan adecuadamente sus intereses implícitos. Esta discrepancia destaca la influencia significativa de factores externos en las decisiones profesionales y evidencia la necesidad de desarrollar métodos de evaluación vocacional más efectivos que faciliten decisiones más informadas y alineadas con las verdaderas inclinaciones y potencialidades.

El principal objetivo de esta propuesta es ofrecer una guía, a través del formato pódcast, dirigida a alumnado de Bachillerato y producida por estudiantes universitarios. Su finalidad es abordar preocupaciones formativas comunes, así como inspirar confianza y claridad en la búsqueda de la vocación, de forma que esa incertidumbre se transforme en una oportunidad para el crecimiento y la realización profesional. Este trabajo trata de cultivar una conciencia crítica sobre el mundo académico y laboral utilizando el pódcast como medio para desarrollar contenidos informativos que no solamente entretenga a dicho público objetivo, sino que también les ayude a comprender las diferentes etapas académicas a las que se enfrentan. De esta forma, se capacita a los y las adolescentes con herramientas que les sirvan para encauzar sus inquietudes dentro del ámbito educativo. Esta propuesta revela cómo el autoconocimiento, la exploración de opciones y la toma de decisiones informadas pueden empoderar a los y las jóvenes para que encuentren un camino que se alinee con sus intereses y habilidades.

1.1. Orientación vocacional: los jóvenes ante los estudios universitarios y la tasa de abandono

La orientación vocacional (OV) hace referencia al reconocimiento de las potencialidades de los y las estudiantes, pero también lleva implícito un encubrimiento de las desigualdades imperantes en la sociedad que responden más a las necesidades del mercado en lugar de la libre elección de una carrera profesional para alcanzar una autorrealización (Rascovan, 2023). Esta adaptabilidad de las personas parte del acompañamiento del equipo docente para adquirir un mayor conocimiento de sus fortalezas y oportunidades en contraste a sus debilidades y amenazas (Caballero Rodríguez, et al., 2023) con el fin de ser competentes y tomar decisiones afines. La dificultad de selección para cursar una titulación universitaria parte de «[...] una reflexión personal no consensuada» (Viteri, 2018, p. 365), además de la problemática de que:

[...] muchos los estudiantes que seleccionan una carrera universitaria con un perfil de bachillerato general que no diferencia sus potencialidades y que, además, no les permite consolidar de manera adecuada la construcción de sus tareas vocacionales y profesionales, esto porque la especialidad de bachillerato que les toca cursar les obliga a consolidar un perfil académico que no necesariamente se adecúa al desarrollo de sus aptitudes, intereses y conocimientos. (Dillon-Pérez et al., 2023, p. 88)

Las primeras elecciones en la carrera formativa parten de la Educación Secundaria y el acceso a Bachillerato, exigiendo un «[...] determinado nivel de desarrollo de la madurez vocacional que permita establecer objetivos profesionales que sean plenos para la persona y para la demanda del mercado laboral» (López Fernández y Sánchez Herrera, 2018, p.22), por lo que se requiere de personal de apoyo «[...] con mayor experiencia que orienten y guíen la elaboración de su proyecto de vida, lo que conlleva la implicación de padres o representantes de familia, docentes, orientadores, entre otros» (Andrade Mejía et al., 2018, p. 374). En este sentido, en España, los psicólogos y orientadores de cada centro brindan orientación vocacional y profesional en el proceso previo a la elección de una carrera de educación superior a través de test, charlas y tutorías, pero resulta insuficiente al no mantener un seguimiento.

Así pues, aproximadamente 300.000 estudiantes afrontan cada año en España el examen de Acceso a la Universidad (EBAU). Este examen, compuesto por al menos cuatro pruebas de 90 minutos cada una, representa un paso crucial para quienes aspiran a acceder a la Educación Superior. Más del 96% de los y las estudiantes logran superar esta evaluación (Ministerio de Universidades de España, 2023), pero aprobar la EBAU no garantiza el acceso al programa académico deseado, lo que en algunos casos conduce a que se matriculen en grados que no reflejan sus preferencias. Esto favorece el abandono universitario durante el primer curso convirtiéndose en un reto que preocupa a las autoridades e instituciones educativas.

La tasa de abandono se determina considerando el número de estudiantes que se matricularon por primera vez en un grado universitario y que, durante los dos cursos académicos siguientes, a pesar de no completar su formación, no se inscribieron de nuevo en ninguna otra titulación. El abandono no solamente tiene repercusiones en los recursos económicos del sector público, sino también en los costos emocionales y financieros que deben asumir las familias, además de la sensación de fracaso personal que experimentan los y las jóvenes afectados (Castelló y Cladellas, 2021).

El estudio realizado por Fernández Mellizo (2022) sobre el abandono universitario para el Ministerio de Universidades de España reveló datos preocupantes sobre la tasa de abandono en las universidades españolas. Durante el curso 2021/2022, tanto en las instituciones públicas como en las privadas, el porcentaje de abandono en el primer año de ingreso fue del 11,7%, mientras que un 8,8% de los estudiantes cambió de titulación, lo que sugiere una falta de convicción en la elección inicial. También se destaca la relación entre la nota de admisión y las probabilidades de abandono, pues a medida que la nota de admisión es menor, aumentan las posibilidades de dejar los estudios universitarios, indicando una correlación entre la preparación académica previa y la capacidad de enfrentar los desafíos universitarios. Asimismo, se observa una disparidad de género en las estadísticas proporcionadas por dicho estudio. El porcentaje de hombres (14%) que abandonaron los estudios universitarios superó al de las mujeres (10%), siendo más evidente en áreas como las ingenierías, donde

la tasa de deserción masculina (12%) duplica la femenina (6,8%), mientras que las ramas en Ciencias Sociales y Humanidades poseen hasta ocho y siete puntos porcentuales de disparidad, respectivamente.

De acuerdo con los datos del Ministerio de Trabajo y Economía Social (2023), el 74,9% de jóvenes entre 16 y 24 años cursan estudios, mientras que este porcentaje baja al 59,3% en el rango de 16 a 29 años. Aunque la tasa de abandono ha disminuido notablemente, estos números reflejan problemas en la toma de decisiones académicas y profesionales. Además, las estadísticas muestran que una parte significativa de los y las jóvenes en edad de estudiar no está matriculada en ningún programa educativo. Esto subraya la necesidad de investigar los factores que influyen en las decisiones formativas y de implementar políticas que promuevan su participación y acceso a la educación.

En la actualidad, el 23% de los estudiantes ha considerado abandonar sus estudios universitarios debido a problemas de salud mental, cifra que es más del doble que la registrada en países como Dinamarca (11%) o Irlanda (9%) (Hernández Armentos y Pérez García, 2023). En España, el 37% de los estudiantes universitarios experimenta estrés o ansiedad, lo que representa el principal reto al que se enfrentan durante su etapa académica. Así, las razones para el abandono son variadas e incluyen la insuficiente preparación para adaptarse al entorno universitario, dificultades económicas, falta de apoyo docente, insatisfacción con las metodologías de enseñanza y evaluación, deficiencias en la gestión del tiempo de estudio, cambios de residencia, así como otros factores personales o laborales. Además, la falta de motivación y un bajo rendimiento académico completan las posibles causas de abandono de los estudios.

1.2. El podcast como herramienta mediática y educativa

El podcast surgió en los años 90 como una alternativa a la radio tradicional y en respuesta a la creciente descarga ilegal de música durante esa época (Hubackova, 2013, p. 309). Los bloggers, con una iniciativa altruista y constructiva, decidieron añadir audio a sus contenidos escritos para expandir las posibilidades creativas de los blogs. Estas actividades tenían como antecedentes la difusión de contenido sonoro en Internet, como el *streaming*, los audioblogs y la radio bajo demanda. Sin embargo, el término «podcasting» está asociado a la producción amateur. La capacidad de suscripción y automatización permitió a los oyentes seguir contenidos creados por productores no convencionales, como los profesores universitarios (Aranzubia Cob y Gallego Pérez, 2013). A día de hoy, el «podcasting» se ha consolidado como una práctica comunicativa que incorpora algunas de las características más destacadas de la producción mediática digital, representando un desafío a la hegemonía del texto y la imagen como lenguajes mediáticos predominantes en la era digital. Este medio ofrece una forma muy personal de compartir contenido elaborado, destacándose como un canal inmersivo y especializado para la distribución abierta de información e investigación (García Marín y Aparici, 2020).

Los podcast consolidan las actitudes de aprendizaje a lo largo de la vida de las personas, un objetivo indispensable para la educación social, ya que está vinculado al desarrollo de una sociedad cognitiva en la que el individuo debe ser capaz de tomar la iniciativa y gestionar su propio aprendizaje continuo (Pedrero Esteban et al., 2019). El éxito en el consumo de podcast se debe a: 1) la amplia accesibilidad a internet mediante diversos dispositivos electrónicos, que, además, permite su suscripción gratuita; 2) esta accesibilidad ofrece subir contenido a la red desde cualquier dispositivo; y 3) la facilidad de acceso a programas gratuitos de edición y captura de sonido (Piñeiro Otero, 2012). Los formatos de audio digital representan un recurso valioso para el personal docente, ya que promueven una dinámica en la que el alumnado asume la responsabilidad directa de su propio aprendizaje y este se refleja inmediatamente en los resultados obtenidos (Sacoto Figueroa et al., 2022). Las propuestas educativas que apelan al uso del podcast muestran que es un recurso versátil empleado de múltiples formas en el ámbito educativo. Forma parte de la «educación» y se ha utilizado para la difusión de conocimientos científicos y sociales, la instrucción en contextos institucionales y la promoción de actitudes críticas y reflexivas (Celaya et al., 2020).

Hoy en día, el podcast se ha establecido como una valiosa herramienta didáctica que propicia que los y las docentes se conviertan en creadores/as para transmitir conocimientos, puesto que facilita la distribución eficiente de información de calidad, fácil y rápido de producir y que fomenta el aprendizaje autónomo, personalizado e independiente (Soto Rojas et al., 2016). Esto permite a los y las estudiantes asimilar contenidos y mejorar su formación mediante el esfuerzo necesario para crear un producto efectivo. Si, además, se enseña al alumnado a producir podcasts, se promueve el desarrollo de

competencias digitales a través del uso de las TIC, tecnologías de la información y la comunicación (Santiago y Bárcena, 2016). Sin duda, trabajar este formato en el aula permite avanzar en el aprendizaje personalizado y aumenta la motivación para continuar aprendiendo e investigando, al tiempo que integran y mejoran diversos estilos de enseñanza-aprendizaje (Guiza et al., 2016, p. 616).

Según Borges (2009), el pódcast como herramienta educativa ofrece varios beneficios: 1) desarrolla competencias comunicativas y colaborativas, fomentando una actitud crítica y reflexiva en la interpretación de mensajes; 2) promueve el aprendizaje autónomo necesario para estas actividades; 3) mejora las habilidades organizativas y de planificación; 4) proporciona aclaraciones y explicaciones para un seguimiento continuo; 5) establece rutinas de trabajo regulares; 6) facilita la comprensión de diversos contenidos gracias a la posibilidad de repetición; y 7) reduce la ansiedad y preocupación de los estudiantes sobre ciertos contenidos, ya que pueden revisar los audios en cualquier momento. Además, esta actividad cubre la necesidad de que el alumnado interiorice conceptos como «Educomunicación, Competencia Mediática y Servicio Público» al elaborar y transmitir sus propios programas (Navarro Martínez, 2016, p. 100).

La estructura horizontal e interactiva del pódcast mejora la comunicación entre emisor y receptor, favoreciendo la relación entre docente y estudiante al disminuir la distancia que podría existir entre ambos. Al estar alojado en un servidor, la audiencia puede reproducir indefinidamente y sin restricciones, lo que lo convierte en un medio automatizado, digitalizado y fácilmente propagable. En el ámbito educativo, su uso tiene dos enfoques: 1) trabajar con pódcasts ya existentes, permitiendo a los y las docentes preparar y desarrollar actividades adicionales para ampliar contenidos que no se pueden cubrir en clase por falta de tiempo (Sánchez Fernández y Jiménez Castillo, 2014) y 2) crear contenidos sonoros propios. Esta última opción es más versátil, ya que los contenidos pueden ser creados por docentes o estudiantes, quienes asumen el rol de creadores en proyectos, adquiriendo conocimientos de manera autónoma y utilizando nuevas tecnologías y recursos en línea (Martín Álvarez, 2014). Al participar en la creación, producción y consumo de contenidos, el alumnado se convierte en «prosumidor» (McStay, 2019), lo que hace del pódcast una herramienta atractiva para las nuevas generaciones, acostumbradas a crear contenido en redes sociales.

Asimismo, la radio brinda al profesorado múltiples oportunidades para enriquecer y optimizar su práctica docente diaria, algo que, en los últimos años, con la adquisición de dispositivos móviles e internet, facilita las herramientas como la grabación de audio, subida a plataformas y difusión. La participación en este tipo de proyectos incrementa la motivación del alumnado, ya que son conscientes de que pueden alcanzar a una audiencia más amplia, lo que les impulsa a enfocarse meticulosamente en el desarrollo de la actividad (Yugsán-Gómez et al., 2019). En este tipo de metodologías que incorporan las nuevas tecnologías resulta clave la motivación, ya que esta les capacita para investigar, participar activamente, articular opiniones y, en consecuencia, aprender y adquirir conocimientos.

Según el informe *Cómo consume entretenimiento la generación Z* (Mazinn, 2023) al que actualmente pertenece el alumnado de Educación Secundaria, el 28% de los jóvenes opta por el formato pódcast, siendo los programas más destacados en Spotify *The Wild Project*, *La Pija* y *la Quinqui, AM*, *Esta no te la sabes* y *Entiende Tu Mente*. De esta forma, se diversifica en diferentes tipos de consumos facilitando su flexibilidad: por vídeos de corta duración a través de TikTok, durante las tareas cotidianas en Spotify y la pieza audiovisual completa en YouTube, siendo este último el que despierta el interés inicial por el pódcast sonoro. Así, los resultados revelan que el 34,5% escoge pódcasts conversacionales como primera opción de consumo frente a cualquier otro contenido de entretenimiento, siendo la mañana y la noche los momentos preferidos de escucha. En este sentido, considerando los datos reflejados, puede resultar beneficioso para las nuevas metodologías docentes ir en consonancia con los hábitos de consumo del estudiantado.

2. Objetivos

El presente trabajo parte de unos objetivos generales que se han dividido en función del alumnado al que se dirige. En primer lugar, ya que se establece que la propuesta de pódcast sea una labor desempeñada por estudiantes universitarios, se trazan los siguientes objetivos:

1. Incentivar las sinergias entre Educación Secundaria y Educación Superior para conectar etapas educativas complementarias y crear una comunidad de aprendizaje que establezca vínculos entre los diferentes niveles de formación.
2. Invitar al alumnado universitario a formar parte del asesoramiento en materia vocacional del estudiantado de una etapa previa con el fin de aportar no solo información, sino también experiencias propias, promoviendo la transferencia de conocimiento a la sociedad.
3. Impulsar la relación entre la formación académica y las oportunidades laborales, destacando cómo diferentes estudios pueden conducir a diversas trayectorias profesionales.

En segundo lugar, y teniendo en cuenta que el público al que se dirige el pódcast es el alumnado de Bachillerato, se establecen los siguientes objetivos:

1. Proporcionar orientación vocacional a través de una guía centrada en las principales inquietudes de los y las estudiantes de Bachillerato ante la proximidad del acceso a la universidad.
2. Inspirar a adolescentes en la búsqueda de su vocación, de forma que esa incertidumbre se transforme en una oportunidad para el crecimiento y la realización personal.
3. Proveer de información clara y precisa sobre diferentes planes de estudio y opciones de carrera para ayudar a los oyentes a tomar decisiones informadas sobre su futuro académico y profesional; y dar importancia a la formación continua y la actualización de habilidades en un mercado laboral en constante cambio.

3. Metodología para el diseño del proyecto de pódcast educativo

Esta experiencia de innovación educativa, dirigida a desarrollarse en una universidad pública española, sigue un diseño descriptivo y transversal; y utiliza un enfoque metodológico mixto que combina técnicas cualitativas y cuantitativas. Asimismo, la justificación del proyecto parte de la necesidad de establecer sinergias entre la Educación Secundaria (los institutos) y la Educación Superior (las universidades), esto es, crear relaciones más fluidas entre ambas instituciones educativas que no sólo permitan un diálogo para satisfacer las necesidades del alumnado, sino también para la mejora de la calidad educativa y el fomento de la innovación docente. En este sentido, «el aprendizaje 2.0 se clasifica en aprender haciendo, interactuando, buscando y compartiendo» (Mulero-Henríquez et al., 2024). Hoy en día, el alumnado demanda metodologías activas e innovadoras en el proceso de aprendizaje y vinculadas a las nuevas tecnologías. La motivación se incrementa cuando estos comparten conocimientos, cuando aprenden a analizar, al autodescubrimiento en contextos parecidos al mundo profesional, cuando se encuentran con retos que les empujan a la productividad, a ser capaces de reproducir proyectos, a reflexionar y desarrollar estrategias de producción, de creación y de demostración (Atabekova et al., 2015).

Junto a los cuestionarios psicológicos de orientación vocacional, las iniciativas de acercamiento entre Educación Secundaria y Superior parecen limitarse a un momento concreto: la elección de la titulación y universidad durante el último curso de Bachillerato. Las acciones son principalmente visitas guiadas a los campus por parte del alumnado de Secundaria o de representantes institucionales enviados a los centros. Estos encuentros, de corte promocional, permiten a las universidades mostrar la oferta de grados, las tasas de inserción laboral de egresados o las posibilidades de movilidad nacional o internacional; por supuesto, también están destinadas a resolver inquietudes y dudas. No obstante, parece evidente que ambas instituciones deberían ampliar esta cooperación y colaborar de manera habitual para elevar el nivel educativo en ambas etapas, compartiendo recursos y buenas prácticas. Mayores sinergias favorecen una mejor preparación para la Educación Superior al facilitar la transición del estudiantado de los institutos a las universidades, asegurando que puedan hacer frente a futuros desafíos académicos. Además, estos vínculos impulsan la creación de proyectos conjuntos que fomenten la innovación y el desarrollo de nuevas metodologías pedagógicas.

3.1. Participantes

La propuesta se puede ubicar en la asignatura «Creación y producción radiofónica» perteneciente al cuarto curso del Doble grado en Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Rey Juan Carlos. La materia, de 6 créditos ECTS, es de carácter obligatorio y cuenta con 50 estudiantes de

promedio por curso académico. El proyecto tiene como objetivo la realización de un pódcast en dicha asignatura dirigido a alumnado de Bachillerato, es decir, su público objetivo son los y las estudiantes que en el último curso de la Secundaria se enfrentan a la elección de una titulación universitaria. Las edades del alumnado universitario están en torno a los 21 y 22 años, mientras que el de instituto se encuentra comprendido entre los 15 y 18 años.

3.2. Instrumentos

Para llevar a cabo esta propuesta, es necesario disponer de un ordenador y un software de captación y edición, como puede ser Audacity (libre y gratuito). Asimismo, se debe registrar como creadores a los y las podcasters en alguna plataforma gratuita o *hosting* para alojar y difundir el pódcast, como iVoox, SoundCloud o MixCloud, entre otras. Con ello, se subraya que la incorporación de nuevas estrategias tecnológicas en el ámbito educativo potencia las capacidades de estudiantes y docentes, creando un entorno que considera las necesidades y objetivos de ambos. Se debe tener en cuenta que la educación debe evolucionar junto con la tecnología con el fin de que su unión favorezca el aprendizaje teórico-práctico y la generación de conocimientos, obteniendo resultados satisfactorios con el uso de tecnología auditiva (Sacoto Figueroa et al., 2022).

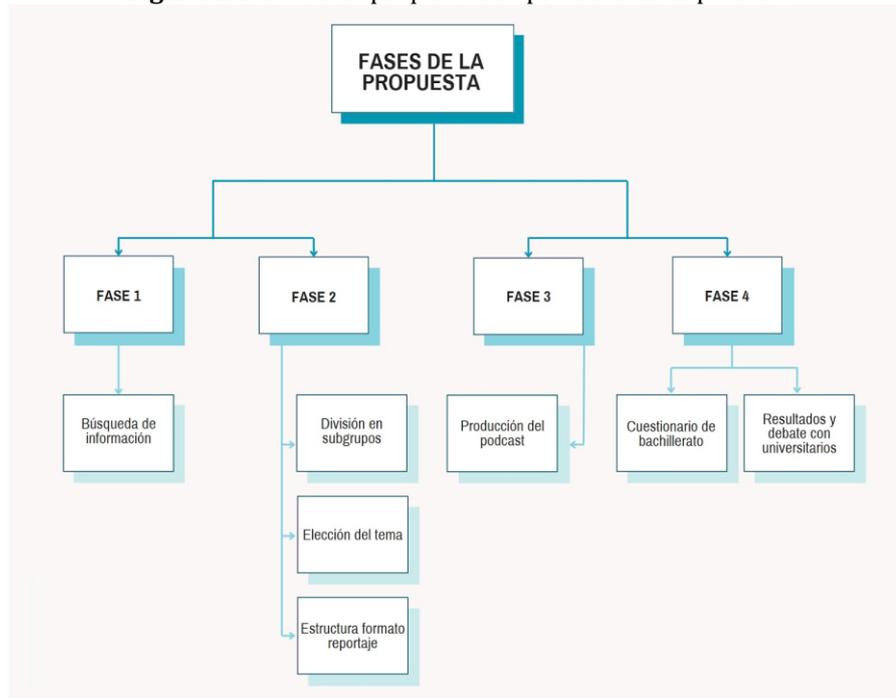
3.3. Procedimientos y fases de la experiencia

La metodología activa conocida como Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) se centra en que los y las estudiantes adquieran conocimientos y habilidades mediante la investigación y la creación de proyectos. El componente de investigación en el ABP se enfoca más en el/la estudiante que en el/la docente, puesto que exige utilizar una metodología de investigación que pueda adaptarse a un entorno dinámico. Asimismo, promueve la autonomía, la colaboración y la comunicación efectiva «fomentando la capacidad crítica a través de la creación y de la participación» (Lazo y de Casas, 2016, p. 3). Los beneficios que aporta esta metodología activa están claros: a) impulsa el aprendizaje profundo y significativo y b) desarrolla habilidades transversales como la comunicación, el trabajo en equipo y el pensamiento crítico. Al respecto, trabajar con este método aumenta su motivación y compromiso, de forma que «el ABP parte de una pregunta concreta a la que el alumnado trata de dar respuesta mediante la construcción de un proyecto» (Botella Nicolás y Ramos Ramos, 2019, p. 131).

También requiere un alto nivel de compromiso y enseña una dinámica de trabajo similar a la del entorno laboral, ya que se debe desarrollar un proyecto siguiendo ciertos estándares de aprendizaje y alcanzando las competencias específicas de la materia (Toledo Morales, 2018 y Sánchez García, p. 474), por lo que es visto como una forma de aumentar el rendimiento y la responsabilidad de los participantes (Aldana Pérez, 2018, p. 124). El ABP implica realizar tareas y actividades que demandan a los estudiantes trabajar en diversas competencias simultáneamente, abordando distintos objetivos de aprendizaje y necesitando la integración de habilidades sociales y personales (Barba-Martín et al., 2018, p. 60). En resumen, esta metodología es considerada como una innovación en la Educación Superior, útil para desarrollar competencias profesionales claves en el perfil del estudiante universitario (Toledo Morales y Sánchez García, 2018, p. 472).

Por todo ello, esta propuesta implementa la realización de un pódcast como ABP para construir una propuesta dividida en cuatro fases: 1) búsqueda de la información, 2) organización y preproducción; 3) producción y elaboración del pódcast; 4) evaluación del alumnado de Secundaria a través del cuestionario System Usability Scale (SUS) y aportaciones del estudiantado de universidad a partir del debate y la reflexión (figura 1).

Figura 1. Fases de la propuesta de producción de pódcast.



Fuente: Elaboración propia, 2024.

1. Búsqueda de información: esta actividad parte de la combinación de investigación y entrevistas como planteamiento de los contenidos del episodio del pódcast dentro de su preproducción. En este sentido, deben no solo partir de sus propios intereses, trasladándose a su etapa de Bachillerato, sino que también necesitan incorporar sus propias inseguridades con respecto al mercado laboral. Asimismo, al tratarse de alumnado de Comunicación, adoptan las competencias de realización de entrevistas, alineándose a los objetivos de la guía docente de la asignatura. En este caso, destaca el papel comunicativo del ABP como método activo que exige continua interacción entre quienes forman el equipo de trabajo (Aldana Pérez, 2018, p. 141), un aspecto que, ya de por sí, fomenta un medio como la radio.
2. Planificación y diseño inicial: el/la docente divide en grupos de 4 ó 5 miembros al alumnado para favorecer la disposición de roles dentro del mismo, de tal forma que cada uno de estos subgrupos se encargue de elaborar un episodio dentro del pódcast, que realiza la clase de manera conjunta. Una vez hecho el reparto y definido el proyecto a través de una ficha con los principales datos del episodio, se les proporcionan dos tipos de herramientas. Por un lado, un listado de temas entre los que deben seleccionar uno, teniendo en cuenta que no se puede repetir entre subgrupos. En este sentido, los temas, en los que se centra cada episodio, se deben extraer del concepto principal del pódcast, esto es, la orientación universitaria, por lo que se pueden proponer cuestiones que se adapten a los intereses de cada centro, teniendo como ejemplo las siguientes líneas:
 - La vocación frente a las demandas del mercado laboral actual.
 - Calendario, procedimientos y dudas en torno a la EBAU.
 - Elección de centro de estudios: universidades públicas y privadas.
 - Estructura de los programas de grado: tipos de asignaturas, sistema de créditos y complementos.
 - Titulaciones del área de Ingeniería y Arquitectura y posibles salidas profesionales.
 - Titulaciones del área de Ciencias de la Salud y posibles salidas profesionales.
 - Titulaciones del área de Ciencias y posibles salidas profesionales.
 - Titulaciones del área de Ciencias Sociales y posibles salidas profesionales.

- Titulaciones del área de Artes y Humanidades y posibles salidas profesionales.
- Cómo seleccionar una titulación universitaria, intereses y mercado laboral.
- Estructura universitaria, costes, necesidades y desplazamientos.
- Becas y otros sistemas de financiación.
- Oportunidades de movilidad antes y durante los estudios universitarios.
- Alternativas de estudios más allá de la universidad: Formación Profesional, centros privados, oposiciones, etc.

Por otro lado, se proponen unas pautas para que el alumnado estructure su proyecto en función del formato de reportaje radiofónico (presentación, inclusión de cortes grabados a expertos, efectos de sonido y música), respetando la estructura general del pódcast, como la cabecera, la presentación y el cierre, que deben ser comunes a todos los episodios para aportar mayor coherencia al programa. La aplicación del pódcast como herramienta metodológica, deben considerarse ciertos elementos en su configuración. Teniendo en cuenta las directrices de Sacoto Figueroa et al. (2022), la duración tiene que ser apropiada según la información transmitida, por lo que se plantea un *timing* menor de 20 minutos; el tono de voz acorde al público objetivo y el contenido riguroso. Por su parte, el/la docente que implementa un ABP en el aula necesita gestionar eficientemente el tiempo dentro del aula, se requiere organizar las actividades previamente. El éxito de estas dinámicas basadas en la realización de pódcasts reside en el diseño global de la programación didáctica llevada a cabo (Santiago y Bárcena, 2016).

1. Producción del episodio del pódcast: en esta fase, el alumnado procede a investigar, recopilar datos y desarrollar sus guiones bajo tutorización para posteriormente iniciar el proceso de producción del episodio a través de la grabación y edición del audio y, por tanto, la aplicación de conocimientos teóricos a situaciones prácticas del medio radiofónico. La involucración del alumnado como ente participante, cooperador y activo de esta didáctica es uno de los objetivos del ABP.
2. Presentación y evaluación: los episodios realizados por el alumnado universitario estarán disponibles en la plataforma o *hosting* seleccionada con el objetivo principal de presentarlo al estudiantado de Bachillerato. Estos últimos son quienes evalúan el proyecto final a través de un cuestionario System Usability Scale (SUS) que permita valorar su recepción. Posteriormente, los resultados se presentan en la asignatura del grado universitario para generar un debate en torno al uso del pódcast y el impacto en la audiencia adolescente. De esta forma, el/la docente integra los datos obtenidos a la evaluación continua de cada estudiante a lo largo de las fases de preproducción, producción y postproducción radiofónica.

4. Diseño de la propuesta

Para definir la actividad de realización de un pódcast, se establece la división de las sesiones del módulo (2 horas semanales según el guía docente de la asignatura) tal y como se muestra en la figura 2:

Figura 2. Descripción del contenido de cada una de las sesiones que componen la propuesta de producción de pódcast.

SESIONES	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN
SESIÓN 1	DOCUMENTACIÓN	Búsqueda de podcasts similares y material bibliográfico para conocer el estado actual del mercado del podcast académico.
SESIÓN 2	PLANIFICACIÓN DE UN PODCAST	Diseño de un podcast a partir de la ficha proporcionada por el/la docente.
SESIÓN 3	PLANIFICACIÓN DEL PODCAST	Creación de la estructura del proyecto según un reportaje radiofónico a partir de la elaboración de una pauta o escaleta.
SESIÓN 4	ESCRIBIR EL GUIÓN	Desarrollo del guion bajo tutorización del/la docente.
SESIÓN 5	GRABACIÓN I	Preparación y grabación del podcast.
SESIÓN 6	GRABACIÓN II	Falso directo del podcast.
SESIÓN 7	EDITAR EL PODCAST	Postproducción del audio grabado.
SESIÓN 8	DIFUSIÓN DEL PODCAST	Subir el archivo del podcast y el resto del material a la plataforma previamente seleccionada.

Fuente: Elaboración propia, 2024.

4.1. Planificación de un podcast

A partir de aquí, se trabaja la ficha de análisis (figura 3), tras haber dedicado una parte de la sesión a explicar conceptos previos que deben identificar. Esto les es de utilidad para buscar pódcasts similares que sirvan de guía y/o afines a la estructura, así como centrar el tema en el que van a trabajar. Para ello, se les provee un documento que les permita añadir las características que destacan de los pódcasts buscados y deseen adaptarlo a su proyecto. Esta actividad también se trabaja en el aula para analizar y completar la siguiente ficha (figura 3), partiendo la metodología de análisis de pódcast propuesta por Rodríguez Ortiz (2022):

Figura 3. Ficha de planificación del podcast.

1	EPISODIO	Número de episodio.
2	DURACIÓN	Se recomienda que el podcast sea de menos de 20 minutos cada programa.
3	CONTENIDO	Tema seleccionado y principales líneas que se pretenden tratar.
4	PARTICIPACIÓN	Nombre y apellidos de cada uno de los miembros del subgrupo y rol que adoptan cada uno/a de ellos/as.
5	PÚBLICO	Definir el público objetivo y posibles intereses (toma de conciencia del público al que se van a dirigir).
6	ESTRUCTURA	Identificar los bloques que componen el reportaje radiofónico y minutado (pauta radiofónica).
7	SOFTWARE	Programa o software que se utilizará para captar y editar el audio.
8	PLATAFORMA	Página web o plataforma seleccionada para subir el archivo del podcast.

Fuente: Elaboración propia, 2024.

4.2. Evaluación de la actividad

El alumnado universitario completa la planificación de su episodio en formato de reportaje radiofónico a partir de la evaluación del proyecto. Para ello, se proporciona un cuestionario al estudiantado de Bachillerato que ha podido escuchar y seguir el pódcast completo. Dicho test está compuesto por preguntas que permiten al alumnado universitario tomar conciencia de las implicaciones y repercusiones sociales que tiene su trabajo. Asimismo, resulta indispensable la inclusión de cuestiones que aborden cada episodio realizado para poder evaluar los trabajos de forma complementaria a las calificaciones aportadas por el/la docente en cuanto a la evolución individualizada de cada estudiante. Así pues, y con el fin de triangular una metodología cuantitativa junto a la evaluación cualitativa del seguimiento realizado, se plantea como instrumento un cuestionario System Usability Scale (SUS) (Artiles-Rodríguez et al., 2021) a cumplimentar por los/as estudiantes de Bachillerato del que se puedan extraer valores en cuanto a la usabilidad de los pódcasts en el entorno educativo, las preferencias de la audiencia (Drew et al., 2018) y su impacto en la recepción. Para ello, se parte de los postulados de Lewis (2018) sobre la consideración de que utilizar preguntas planteadas de forma positiva reduce la probabilidad de cometer errores en las respuestas o en la puntuación, habiéndose explorado previamente en el estudio llevado a cabo por Sauro y Lewis (2011) en el que se controló el sesgo de aquiescencia. Por tanto, las preguntas, elaboradas en positivo, se presentan de manera estándar a partir de la escala tipo Likert, en la que se establecen los siguientes valores: a) Totalmente de acuerdo: 5 puntos; b) De acuerdo: 4 puntos; c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo: 3 puntos; d) En desacuerdo: 2 puntos; e) Totalmente en desacuerdo: 1 punto. Junto a este tipo de preguntas, sería conveniente incluir un apartado cualitativo en el que el estudiantado de Bachillerato pudiera expresar su opinión sobre la experiencia de recepción, así como sobre la estructura y la usabilidad del pódcast.

Una vez completado el cuestionario y durante la última sesión, es recomendable que el/la docente ofrezca los resultados del test al grupo universitario para iniciar un debate en torno a las posibilidades que ofrecen los pódcasts y, sobre todo, el impacto que ha tenido en el público objetivo, puesto que existe una «[...] necesidad de conectar la formación de los estudiantes universitarios con la realidad social y profesional en la que en el futuro estarán inmersos» (Fueyo Gutiérrez y Belver Domínguez, 2016, p. 459).

5. Discusión y conclusiones

Esta propuesta proporciona herramientas de trabajo para un aprendizaje experiencial perdurable, siendo «[...] una preocupación fundamental para los docentes, independientemente del nivel educativo en el que se desempeñen» (Soto Rojas et al., 2016, p. 64). En el ámbito educativo, los medios de comunicación pueden ser utilizados como un canal de aprendizaje que permita dinamizar actividades y acercarse a las inquietudes de las nuevas generaciones, exigiendo la necesidad de tener en cuenta las posibilidades que las nuevas tecnologías pueden proporcionar al ámbito educativo.

La necesidad de una mayor tutorización durante los años de formación de la adolescencia (Educación Secundaria y Bachillerato) y las inseguridades en torno a los estudios y la futura carrera profesional son dos de las principales motivaciones que favorecen que los medios se pongan al servicio de la juventud y es, por ello, que el pódcast puede ser una herramienta de interés. Por un lado, el alumnado universitario puede comprobar la accesibilidad a la hora de realizar un pódcast de cara a un futuro profesional y, por otro lado, el estudiantado de Bachillerato puede recibir soporte y soluciones en torno a su próxima etapa de formación, además de un incentivo para la toma de decisiones informadas. De hecho, la conexión que se pretende establecer entre ambas etapas también sirve para que se produzcan sinergias y/o una comunidad de aprendizaje, además de una mayor concienciación por parte del grupo universitario, que es capaz de observar de primera mano el impacto que su propia profesión puede tener en la sociedad a nivel de transferencia.

La metodología de trabajo propuesta, basada en el ABP, persigue una adaptación a las necesidades del mercado laboral al seguir las fases propias de realización de un pódcast: preproducción, producción, postproducción y difusión. En este sentido, el objetivo era favorecer la transversalidad entre las diferentes fases para enriquecer en lo relativo a la alfabetización mediática tanto al alumnado como al profesorado. La selección de temas a tratar por el estudiantado es realmente diversa cuando se trata de orientación vocacional y planificación de una carrera, por lo que las dinámicas propuestas permiten una variabilidad elevada, esto es, una experiencia que siempre es única y diferente, tanto para los/as estudiantes como para el/la docente, promoviendo la adaptabilidad y el aprendizaje persistente. Asimismo, el alojamiento gratuito del pódcast en la red facilita la continuidad curso tras curso y la disponibilidad a cualquier hora del día, aportando nuevos temas, explorando mayores opciones académicas e, incluso, incidiendo en más detalles que conecten la diferentes etapas de formación y sus diversas disciplinas con las perspectivas reales de los programas educativos, tendencias del mercado laboral y demandas de los sectores profesionales.

A modo de discusión, se observa que las tecnologías de corte conversacional en el entorno académico resultan altamente satisfactorias entre el alumnado. Como señala García Marín (2020), los pódcast en las instituciones educativas revelan que deberían ser integrados al confirmar el valor del aprendizaje colaborativo, ya que permite al alumnado difundir contenidos propios. Por ello, se ha constatado que esta propuesta de innovación docente no solo cumple con los objetivos curriculares al implementarse, sino que también proporciona al alumnado una experiencia lúdica durante el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Entre las futuras líneas de desarrollo, esta propuesta puede verse mejorada con la incorporación de entrevistas a profesionales de diversas industrias para discutir sobre sus propias experiencias y aportar consejos para los futuros trabajadores, así como a académicos/as que ofrezcan otra perspectiva de la vida universitaria. A esto, se pueden sumar otras oportunidades de formación adicional, como cursos en línea, certificaciones y programas de posgrado, así como canales alternativos que consoliden la comunidad de aprendizaje y que sirvan para fomentar la interacción y el intercambio de experiencias entre oyentes. Al respecto, las redes sociales y los foros de discusión se erigen como medios idóneos para tal cometido, puesto que permiten el anonimato de los usuarios (en caso de ser necesario debido a dudas o comentarios demasiado comprometidos o personales) e impulsar preguntas y respuestas individualizadas para profundizar en cuestiones específicas en torno a las inquietudes de la audiencia.

En función del tiempo disponible, esta propuesta podría complementarse con la incorporación de una quinta y última fase en la que el alumnado comparta en otros canales, como YouTube, Instagram o TikTok, vídeos de la grabación de los episodios del pódcast, de tal forma que los y las oyentes puedan conocer cómo son físicamente los/as locutores/as y cómo gestualizan, siguiendo las tendencias de otros pódcast de gran impacto como *La Ruina* (@laruinashow) o *La Pija y la Quinqui* (@pijayquinqui). Asimismo, la propuesta de realización audiovisual del pódcasts se puede trasladar más allá del ámbito

universitario, promoviendo el uso de este tipo de medios de comunicación entre la Educación Secundaria para conectar las sinergias entre centros públicos, puesto que, al fin y al cabo, existe una necesidad de alfabetización mediática en torno a la incorporación de nuevas tecnologías que favorezca la democratización del conocimiento.

Referencias

- Alarcón Montiel, E. (2020). Elección de carrera: motivos, procesos e influencias y sus efectos en la experiencia estudiantil de jóvenes universitarios de alto rendimiento académico. *REencuentro. Análisis de Problemas Universitarios*, 30(77), 53-74. <https://www.redalyc.org/journal/340/34065218004/html/>
- Aldana Pérez, Y. (2018). Integración lingüística en la enseñanza del inglés en Colombia mediante el aprendizaje basado en proyectos. *Revista Chakiñan*, 5. <https://www.redalyc.org/journal/5717/571763394009/>
- Andrade Mejía, D., Valarezo Cueva, A. S., Torres Díaz, S. y Sizalima Cuenca, S. (2018). Orientación vocacional y elección de la carrera profesional en la Universidad Nacional de Loja. *Uniandes Episteme. Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 5(4), 372-387. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=564677250005>
- Aranzúbia Cob, A. y Gallego Pérez, J. I. (2013). Audio digital y podcasting. Algunas aplicaciones docentes. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19, 45-53. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.41960
- Artiles-Rodríguez, J., Guerra-Santana, M., Aguiar-Perera, Ma. V., y Rodríguez-Pulido, J., (2021). Agente conversacional virtual: la inteligencia artificial para el aprendizaje autónomo. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 62, 107-144. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.86171>
- Atabekova A., Belousov A., y Shoustikova T. (2015). Web 3.0-Based Non-Formal Learning to Meet the Third Millennium Education Requirements: University Students' Perceptions. Worldwide trends in the development of education and academic research. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 214, 511-519. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.754>
- Barba-Martín, R. A., Sonlleve Velasco, M. y García-Martín, N. (2018). «Presencia, participación y progreso»: el aprendizaje basado en proyectos en la trayectoria de una maestra en formación. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 21(2), 13-25. <https://doi.org/10.6018/reifop.21.2.323201>
- Borges, F. (2009). *Profcast: Aprender y enseñar con podcast*. Editorial UOC.
- Botella Nicolás, A. M., y Ramos Ramos, P. (2019). Investigación-acción y aprendizaje basado en proyectos. *Perfiles educativos*, 41(163), 109-122. <https://doi.org/10.22201/ijisue.24486167e.2019.163.58923>
- Caballero Rodríguez, T., Paz Domínguez, I. M. y Rodríguez Rodríguez, D. (2023). Modelo de gestión educativa institucional en la orientación profesional de estudiantes de escuelas pedagógicas. *Varona. Revista Científico Metodológica*, 76, 1-14. <https://www.redalyc.org/journal/3606/360674839005/html/>
- Castelló, A. y Cladellas, R. (2021). Assessment of Implicit Interests through an Unobtrusive Computer Task. Their Relations with Career Decision, Anxiety, and Personality Traits. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(23), 1-23. <https://doi.org/10.3390/ijerph182312366>
- Celaya, I., Ramírez-Montoya, M. S., Naval, C., y Arbués, E. (2020). Usos del podcast para fines educativos. Mapeo sistemático de la literatura en WoS y Scopus (2014-2019). *Revista Latina de Comunicación Social*, 77, 179-201. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1454>
- Dillon-Pérez, F., Rojas-Londoño, D., Lara-Ramos, E. y Freire-Muñoz, I. (2023). Orientación vocacional y profesional como alternativa en la elección de carreras universitarias. *Revista Cátedra*, 6(1), 78-91. <https://doi.org/10.29166/catedra.v6i1.4109>
- Domínguez, G., Álvarez, F. J., y López, A. M. (2013). Acción tutorial y orientación en el periodo de transición de la Educación Secundaria a la Universidad. La orientación en el alumno de nuevo ingreso. *REDU, Revista de Docencia Universitaria*, 11(2), 221-241. <https://doi.org/10.4995/redu.2013.5574>
- Drew, M. R.; Falcone, B. y Baccus, W. L. (2018). What Does the System Usability Scale (SUS) Measure? En A. Marcus y W. Wang (eds.) *Design, User Experience, and Usability: Theory and Practice. Duxu: International Conference of Design, User Experience, and Usability* (pp. 356-366). Springer Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-91797-9>

- Fernández Mellizo, M. (2022). *Análisis del abandono de los estudiantes de grado en las universidades presenciales en España* (Estudio de abandono universitario). Ministerio de Universidades. <https://lc.cx/sIPQa6>
- Fueyo Gutiérrez, A. y Bolver Domínguez, J. L. (2016). Proyectos interdisciplinarios de aprendizaje en servicio: la radio y el uso responsable de las TIC en la formación inicial de los profesionales de la educación. En R. Roig-Vila (ed.) *Tecnología, innovación e investigación en los procesos de enseñanza-aprendizaje* (pp. 458-466). Octaedro.
- García Marín, D. (2020). La podcastfera española como comunidad de aprendizaje no formal. Competencias y estrategias educomunicativas desarrolladas por los podcasters independientes. *Fonseca Journal of Communication*, 20, 201-220. <https://revistas.usal.es/cuatro/index.php/2172-9077/article/view/fjc202020201220>
- García Marín, D., & Aparici, R. (2020). Voces domesticadas y falsa participación: Anatomía de la interacción en el podcasting transmedia. *Comunicar*, 63, 97-107. <https://doi.org/10.3916/C63-2020-09>
- Gaspar González, E. (2018). Un acercamiento teórico para el desarrollo de la orientación profesional a través de la formulación y evaluación de proyectos. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, VI(1), 1-31. <https://lc.cx/grX8Ah>
- Godínez, F. (2015). Movimiento podcaster: la nueva concreción de la radio libre. *Question/Cuestion*, 1(46), 135-150. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2462>
- Guiza, M., Rivera, R., Lamadrid, L. y Aguilar, W. (2016). Podcast educativo como herramienta en el proceso de enseñanza/aprendizaje: un estudio de caso universitario. *Universidad Autónoma de Baja California (México)*. En R. Roig-Vila (ed.) *Tecnología, innovación e investigación en los procesos de enseñanza- aprendizaje* (pp. 614-621). Octaedro.
- Hernández Armentos, J. y Pérez García, J. A. (2023). *La universidad española en cifras*. CRUE Universidades Españolas. <https://lc.cx/3RBFA7>
- Hofer, A. R. (2020). *The role of labour market information in guiding educational and occupational choices* (Número de informe 229, Education Working Paper). Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). <https://lc.cx/xZDm9J>
- Hubackova, S. (2013). The use of podcasting in university education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 83, 309-312. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.060>
- Lazo, C. M. y De Casas, P. (2016). Educación mediática en la sociedad digital: entornos, agentes y mensajes. En R. Mancinas Chávez (ed.) *Comunicación y Desarrollo Social: Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento* (pp. 1199-1202). Egregius.
- Lewis, J. (2018). The system usability scale: past, present, and future. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(7), 577-590. <https://doi.org/10.1080/10447318.2018.1455307>
- López Fernández, M., y Sánchez Herrera, S. (2018). Relación entre la madurez vocacional y la motivación hacia el aprendizaje académico. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1(1), 21-30. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2018.n1.v1.1150>
- Martínez Martínez, A., Castro Sánchez, M., Lucena Zurita, M. y Zurita Ortega, F. (2015). Elección de titulación universitaria y expectativas de resultados de los adolescentes de Granada. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 26(3), 63-77. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=338245392004>
- Mazinn (2023). *Cómo consume entretenimiento la generación Z*. Darwin&Verne. <https://mazinn.es/zshots/entretenimiento/>
- McStay, A. (2019). *Emotional AI: The Promise and Peril of AI Technologies for the Future of Humanity*. Taylor & Francis.
- Martín Álvarez, F. (2014). *El podcasting en la enseñanza de las lenguas extranjeras* [Tesis Doctoral]. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Ministerio de Trabajo y Economía Social (2023). *Informe «Jóvenes y mercado de trabajo»* (Número de informe 40, 2023T4). Ministerio de Trabajo y Economía Social. https://lc.cx/xOMA_M
- Mulero-Henríquez, I., Álamo-Bolaños, A. y Pérez de los Cobos, M. (2024). Una experiencia innovadora a través del podcast en la educación superior. *Formación Universitaria*, 17(1), 23-32. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062024000100023>

- Navarro Martínez, E. (2016). La educación mediática con perspectiva de género. En A. Martín Oller y M. C. Tornay Márquez (coord.) *Comunicación, periodismo y género. Una mirada desde Iberoamérica* (pp. 99-128). Egregius.
- Pedrero Esteban, L., Barrios Rubio, A., y Medina Ávila, V. (2019). Adolescentes, smartphones y consumo de audio digital en la era de Spotify. *Comunicar*, 60, 103-112. <https://doi.org/10.3916/C60-2019-10>
- Piñeiro Otero, T. (2012). Los podcasts en la educación superior. Hacia un paradigma de formación intersticial. *Revista Iberoamericana de Educación*, 58(1), 2-12. <https://doi.org/10.35362/rie5811462>
- Popescu, S. N. (2021). A counselling model of career guidance for youth. *Journal of Educational Sciences*, XXII, 1(43), 63-84. <https://doi.org/10.35923/JES.2021.1.05>
- Rascovan, S. (2023). *La orientación vocacional como experiencia subjetivante*. Tilde Editora.
- Rodríguez Ortiz, R. (2022). Una propuesta teórico-metodológica para el análisis del podcast social. En E. F. Rodríguez Gómez y A. Barranquero (eds.) *De lo viejo a lo nuevo. Teorías, métodos e instituciones de la investigación en comunicación* (pp. 247-256). Dykinson. <https://doi.org/10.2307/j.ctv36k5dvj.18>
- Sacoto Figueroa, F. K., Hermann Acosta, E. A. y Castro Salazar, A. Z. (2022). Podcast en la educación superior: estrategias metodológicas para la enseñanza-aprendizaje en Odontología. *Dominio de las ciencias*, 8(3), 911-927. <https://doi.org/10.23857/dc.v8i3.2965>
- Sánchez Fernández, R. y Jiménez Castillo, D. (2014). ¿Cómo crear vídeo podcasts efectivos? Una aplicación al contexto de la enseñanza universitaria. En E. Martín y J. Hernández Ortega (eds.) *Pedagogía audiovisual. Monográfico de experiencias docentes multimedia* (pp. 37-52). Universidad Rey Juan Carlos.
- Santiago, R. y Bárcena, E. (2016). El potencial del podcast como recurso didáctico para el desarrollo de las destrezas orales de segundas lenguas con dispositivos móviles. *Porta Linguarum: revista internacional de didáctica de las lenguas extranjeras*, 1, 61-72. <https://doi.org/10.30827/Digibug.54089>
- Sauro, J., y Lewis, J. R. (2011). When designing usability questionnaires, does it hurt to be positive? En D. Tan (ed.). CHI '11: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (pp. 2215-2224). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/1978942.1979266>
- Soto Rojas, A. D., Murillo Yañez, J. y Perdomo Sanciprián, G. (2016). El uso de podcast educativo como herramienta innovadora para el aprendizaje del italiano en el nivel empresarial. *EDUTECH. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 57, 63-86. <https://doi.org/10.21556/edutec.2016.57.680>
- Toledo Morales, P. y Sánchez García, J. M. (2018). Aprendizaje basado en proyectos: una experiencia universitaria. *Revista de currículum y formación del profesorado*, 22(2), 471-491. <https://doi.org/10.30827/profesorado.v22i2.7733>
- Viteri, C. (2018). Pluralidad de causas en la demanda por una carrera universitaria, estudio de la zona 3-Ecuador. *Revista Educación*, 42(2), 356-378. <https://doi.org/10.15517/revedu.v42i2.27263>
- Yugsán-Gómez, W., Mejía-Gavilánez, P. G., Hidalgo-Montesinos, K., y Rosero-Morales, A. (2019). Podcasts as an Educational Tool for EFL Educators. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 12(1), 1-11. <http://doi.org/10.1344/reire2019.12.121711>