

Producto informativo para la formación vocacional en la elección de la carrera Ciencias de la Información

Meydis Cedeño Montero

mcmontero@fh.ismm.edu.cu

Dailiet Montero Borges

dmgorges@fh.ismm.edu.cu

Danelis Nágera Borges

Luisa María Cabrera Guzmán

Rosana Lambert Rodríguez

Yuliannis Furones Frómeta

Universidad de Moa (Cuba)

Resumen: Se diseñó un producto de información para influir en la formación vocacional de los estudiantes de preuniversitario hacia la elección de la carrera de Ciencias de la Información. Mediante la realización de un estudio de usuarios se diagnosticaron las necesidades de orientación profesional de los estudiantes del preuniversitario Antonio López Fernández, respecto a la elección de la carrera de Ciencias de la Información. Como resultado de la investigación se elaboró un boletín informativo para la formación vocacional y orientación profesional de estos estudiantes. La investigación revela que existe desconocimiento, tanto de estudiantes como de profesores, acerca de la carrera de Ciencias de la Información y que a partir del desarrollo de productos informativos bien planificados y elaborados por el profesional se puede contribuir a minimizar este desconocimiento.

Palabras clave: productos informativos; formación vocacional; orientación vocacional; Ciencias de la Información; profesional de la información.

Trabajo tutorado por la Lic. Niurka de la Vara Garrido y el Lic. Falconerys Leyva Vilches.
Recibido: 27 diciembre 2019/ Aceptado: 30 marzo 2020.

Informative product for the vocational training in the choice of Information Sciences career

Abstract: An information product was designed to influence the vocational training of pre-university students towards the choice. By conducting a user study, the career guidance needs of the Antonio López Fernández pre-university students were diagnosed, regarding the choice of the Information Sciences career. As a result of the research, an informative bulletin was prepared for the vocational training and professional orientation of these students. The research reveals that there is ignorance, both of students and teachers, about the career of Information Sciences and that by developing well-planned information products prepared by the professional, this ignorance can be minimized.

Key words: information products; vocational training; vocational orientation; Information Sciences; information professional.

Introducción

Las Ciencias de la Información conforman un espacio de conocimiento de larga existencia y desarrollo a escala mundial, producto a la creciente importancia de la información en las actividades científicas, tecnológicas y económicas, como consecuencia del gran viraje del escenario informacional a nivel global, desde la segunda mitad del siglo XX.

La realidad de las actividades archivísticas, bibliotecarias e informativas en el país, demandan un profesional con una formación básica pero sólida en los tres terrenos, con capacidad para enfrentarse a la diversidad de problemas específicos y comunes de estos campos.

Desde sus inicios la carrera se ha propuesto incentivar el conocimiento de la especialidad en los estudiantes antes de su ingreso en la Educación Superior, dando a conocer los perfiles de la carrera y propiciando la orientación vocacional para así asegurar la permanencia del estudiantado en las aulas y potenciar el desarrollo de diferentes dimensiones como son la curricular, investigativa y extensionista.

Según Valdés, Valdés y Fernández (2016), la actitud hacia la profesión se desarrolla a partir de motivaciones, que inclinan en lo positivo o negativo al individuo. Muchas veces la inclinación o vocación por una carrera está dada por la influencia de familiares cercanos, amistades o el grado de conocimiento social que de esta posee. Sin embargo, en ocasiones ocurre que una vez dentro de ellas se producen frustraciones por falta de una adecuada información, lo que conlleva a trastornos en el estudiante como es la deserción escolar, con un impacto negativo en lo social y lo económico.

La orientación vocacional es un proceso que comienza desde las primeras edades y se extiende durante toda la vida estudiantil. Esta surge como parte de la educación de la personalidad del sujeto y en la cual influyen la familia, la escuela y la comunidad, los que desempeñan un rol fundamental en el proceso de elección, formación y desempeño del futuro profesional (Delgado-Guevara y García-Pérez, 2018).

Por tal motivo, la formación vocacional y la orientación profesional son actividades que van de la mano en el proceso de captación de los futuros profesionales. Adaptar la vocación a las necesidades del país constituye hoy un reto para la Educación Superior en Cuba. La universidad constituye una fuente imprescindible para lograr dicho cometido.

La orientación profesional en los alumnos de preuniversitario resulta una necesidad y al mismo tiempo un complejo problema no resuelto aún en la actualidad, especialmente si se analiza la preparación de estos para la elección de la carrera. Es muy importante que los adolescentes continúen sus estudios en las universidades y se preparen para la vida, sin embargo, es insuficiente el desarrollo de la orientación profesional de la personalidad en etapas precedentes, presentándose dificultades en el proceso de elección de la profesión; se pone de manifiesto la ausencia de motivos e intereses profesionales.

Es por ello que, unido al desconocimiento de la carrera de Ciencias de la Información en el municipio, se decide desarrollar un producto informativo para motivar el interés por la elección de esta carrera. Las principales acciones estuvieron encaminadas a diagnosticar el conocimiento de los estudiantes hacia esta especialidad, conversar con los estudiantes acerca de ella y elaborar y distribuir un boletín con información útil para los estudiantes.

Para ello se propuso como objetivo general: Diseñar un producto informativo que contribuya a elevar el conocimiento y la motivación por la elección de la carrera de Ciencias de la Información en los estudiantes del preuniversitario Antonio López Fernández.

Beneficiarios de la investigación

Directos: estudiantes de Enseñanza Media, Media Superior, estudiantes universitarios y la comunidad, en general.

Indirectos: Profesores y estudiantes involucrados en la investigación, así como la carrera de Ciencias de la Información.

Impacto social

El producto de información para la formación vocacional y orientación profesional en la carrera Ciencias de la Información contribuirá a su reconocimiento en el municipio. Este favorecerá el incremento en la matrícula y los niveles de motivación por dicha carrera.

Metodología

Para el desarrollo de este trabajo se realizó un estudio bibliográfico que permitió contar con las bases teóricas y metodológicas para llevar a cabo la investigación. Se aplicaron encuestas a profesores y estudiantes para conocer acerca del nivel de orientación profesional que poseen los estudiantes del preuniversitario sobre la carrera de Ciencias de

la Información y el nivel de preparación que poseen los profesores referente a la orientación profesional y su tratamiento desde la dirección del proceso de enseñanza–aprendizaje.

Para el diseño del servicio, específicamente, se utilizó la metodología fusionada propuesta por la Dr. Marta Terry González (2009), que está compuesta por diez pasos que abarcan todos los elementos necesarios para garantizar la eficiencia de un servicio. Los pasos son:

1. Identificación y caracterización de los usuarios
2. Identificación de las necesidades de información de los usuarios
3. Definición del producto de información
4. Definición del personal, materiales y equipamiento
5. Diseño detallado del servicio
6. Establecimiento de los elementos a controlar
7. Promoción del servicio
8. Determinación de los canales de retroalimentación
9. Implementación del servicio
10. Evaluación del servicio.

Resultados

Paso 1. Identificación y caracterización de los usuarios de información

Podemos definir al usuario de información como aquel individuo que necesita información para el desarrollo continuo de sus actividades, ya sean profesionales o privadas, y que como tal utiliza un servicio o hace uso de un producto informativo.

Los usuarios que se tienen en cuenta para el diseño de los sistemas de información, así como para el diseño de los productos y servicios son los usuarios potenciales. A los fines de esta investigación, se consideran usuarios potenciales todos los estudiantes del preuniversitario Antonio López Fernández y otras personas que desean incorporarse a la universidad en modalidad de Cursos por Encuentros.

Paso 2. Identificación de las necesidades de información de los usuarios

La motivación para usar la información tiene un carácter eminentemente utilitario y de producción. Incluso para los estudiantes que aparentemente utilizan información sin fines prácticos e inmediatos, esta utilización está fundamentada en la necesidad de producir

conocimiento, o simplemente para apoyar la toma de decisiones.

El producto tiene un cubrimiento temático relacionado con la carrera Ciencias de la Información para la formación vocacional y la orientación profesional. La necesidad informativa de los usuarios potenciales del preuniversitario Antonio López Fernández queda definida como la necesidad de que los usuarios conozcan mejor qué se estudia en la carrera Ciencias de la Información, dónde se estudia, la labor que desarrolla el profesional de la información y su campo de acción.

Las necesidades de trabajo quedan delimitadas de la siguiente forma:

- Crear un producto de información para la formación vocacional y orientación profesional en la carrera Ciencias de la Información.
- Presentar el producto acabado que potencie la formación vocacional y orientación profesional en el preuniversitario.
- Incrementar el conocimiento y la motivación hacia la elección de la carrera Ciencias de la Información en el preuniversitario.

Paso 3. Definición del producto de información

El producto de información que se diseña toma el nombre de Boletín Informativo. Este aborda los principales elementos que caracterizan a la carrera Ciencias de la Información.

Los objetivos del producto son:

- Promocionar y divulgar las actividades diseñadas y los contenidos de información sobre la carrera Ciencias de la Información para la formación vocacional y la orientación profesional desde la Universidad de Moa.
- Cubrir el espectro de las necesidades informativas de los usuarios del preuniversitario relacionadas con la carrera Ciencias de la Información.
- Ampliar el alcance del servicio, gestionando información oportuna para cubrir la necesidad diagnosticada en función de la formación vocacional y la orientación profesional.

Características principales que describen el producto de información

- El producto se encuentra en la etapa de impresión.
- Se presentará en formato impreso y digital, en forma de tríptico.

- Ahorra tiempo a los usuarios durante la consulta de la información.
- Permite que la información se divulgue con facilidad.
- El producto es gratuito.
- En cuanto a su función social orienta e informa acerca de la carrera Ciencias de la Información y el papel del profesional de la información, lo cual favorece a la mejor elección de las carreras por parte de los estudiantes.

Producto ofrecido para el desarrollo del servicio

Producto informativo para motivar el interés por la carrera Ciencias de la Información en forma de boletines con información sobre qué estudia la carrera, dónde se estudia, tiempo de estudio y el mercado de trabajo del profesional. El formato en que el usuario puede hacer uso de este producto es impreso y digital.

Paso 4. Definición del personal, materiales y equipamiento

Las personas involucradas en el diseño y desarrollo del producto son un licenciado en Matemática-Computación y seis estudiantes de la carrera Ciencias de la Información. Las características que deben tener las personas que garantizan la calidad del producto son:

- Facilidad de expresión y comunicación oral y escrita
- Habilidades en el uso de los recursos informáticos y de diseño
- Dominio del plan de estudio de la carrera Ciencias de la Información
- Actualización en las tendencias investigativas de un producto informativo
- Compromiso social y con los objetivos del producto
- Motivación y vocación hacia el ejercicio profesional y su transmisión a las nuevas generaciones
- Ética profesional.

Preguntas que se realizarán para el desarrollo del producto

1. ¿Qué elementos deben tenerse en cuenta para la orientación profesional del estudiante?
2. ¿Cuáles son los elementos identificativos de la carrera Ciencias de la Información y del centro de estudio?
3. ¿Quién será el encargado de proporcionar la información que recogerá el producto?
4. ¿Qué características debe poseer el diseño de un boletín informativo?

Registro de usuarios

Todas las actividades que se realicen sobre formación vocacional y orientación profesional en el preuniversitario deberán quedar plasmadas en un registro que, además, controle la asistencia de los estudiantes a dichas actividades.

Materiales y equipamiento

El producto se ofrecerá de forma digital e impresa.

La información en soporte digital podrá estar accesible desde el portal web del preuniversitario, previo intercambio con la universidad podrá estar en el portal web de la universidad, biblioteca, así como en las redes sociales. En su versión impresa será distribuida en el preuniversitario a los estudiantes básicamente de 12 grado. Los materiales y recursos que se necesitan son mesa, teléfono, computadora, conexión a internet, memoria flash, impresora y material de oficina como papel, file, etc.

Paso 5. Diseño detallado del producto de información

Con el fin de facilitar la creación de un producto orientado a la formación vocacional y a la orientación profesional de los estudiantes del preuniversitario se presenta un grupo de pasos a seguir, los cuales requieren de una adecuada planificación:

1. Aplicar una encuesta para determinar las necesidades informativas de los estudiantes.
2. Identificar el problema existente en cuanto a la motivación hacia la carrera de Ciencias de la Información.
3. Determinar los elementos que deben tenerse en cuenta para la orientación profesional del estudiante.
4. Determinar los elementos identificativos de la carrera Ciencias de la Información.
5. Recopilar la información sobre la carrera Ciencias de la Información.
6. Compilar imágenes que hagan alusión a la carrera Ciencias de la Información y a la Universidad de Moa.
7. Establecer las características que debe poseer el diseño del boletín informativo conforme a los requerimientos del usuario, con vista a elegir la mejor alternativa de solución.
8. Determinar el diseño preliminar, donde se contemplan los materiales y las formas del producto informativo.

9. Instaurar el mecanismo de retroalimentación que permita monitorear el funcionamiento del producto, su calidad y objetividad.
10. Elaborar un producto de información para la formación vocacional y orientación profesional en la carrera Ciencias de la Información.
11. Imprimir una primera versión para revisar, detectar y corregir posibles errores.
12. Publicar el producto de información digital por los diferentes canales seleccionados.
13. Imprimir el producto de información y distribuirlo a los usuarios finales.
14. Evaluar el impacto del producto.

Para el diseño del producto, como herramientas informáticas de desarrollo, se usarán las siguientes aplicaciones:

- Adobe InDesign CC 2019
- Adobe Acrobat DC
- Adobe Photoshop
- Microsoft Office
- Lector de PDF Foxit Reader
- Navegador Mozilla Firefox.

El boletín como producto

El boletín contiene datos informativos de interés, los cuales permiten que el usuario consiga información rápida, captando su atención. Se escogió un boletín en su forma de tríptico ya que se puede seccionar mayor información. Está compuesto por una portada, cuatro cuerpos interiores informativos y una contraportada. En el diseño del mismo se tendrá en cuenta el manual de identidad de la Universidad de Moa; respetando la imagen institucional, sus logos, colores, fuentes y tamaños.

Partes principales del boletín

- 1. Diseño:** Este es la diagramación y disposición de las imágenes, gráficos y textos que contiene el producto. El diseño incluye la paleta de colores que se usa, la tipografía y el estilo de las imágenes, además de la diagramación. Este es el enlace entre el aspecto gráfico y el contenido.
- 2. Títulos externos:** Los titulares externos son los que están en la portada del boletín. Estos contienen el tema general del documento y deben ser claros y específicos.
- 3. Subtítulos:** Estos representan a los subtemas que componen al tema general. Están

dentro del boletín, dividen el tema en varios bloques. Lo ideal es que, con la lectura de estos subtítulos, el usuario tenga una idea completa de la información que contiene el boletín. Su diseño debe mostrar unidad y la jerarquía de sus temas.

- 4. Textos:** Estos son el contenido de los bloques correspondiente a los subtítulos y detallan la información que el lector necesita tener acerca del tema tratado en el boletín. La redacción es un elemento de gran importancia en el producto, puesto que el estilo de escritura debe ser fresco y atractivo para captar la atención del usuario. En el boletín la información debe dividirse iniciando con la más sencilla para luego dar la más compleja. Es importante tener en cuenta que saturar al lector no es beneficioso; así que mientras más sencillo, mejor.
- 5. Imágenes:** son todas las imágenes y gráficas que hay en el texto. Estas imágenes deben estar relacionada con el tema general, puesto que son la representación gráfica de este. En tal sentido son una gran herramienta para atraer al lector rápidamente. Es necesario elegir imágenes que sean atractivas a la vez que informativas. No es recomendable invadir el boletín de imágenes, sino que es bueno mantener un equilibrio entre imagen y texto, de forma que juntos refuercen la información que se provee.
- 6. Color:** es fundamental en un producto informativo. Dependiendo de su elección se genera una emoción u otra. Por tanto, es importante tener claro con qué tonos se va a trabajar. Al escoger los colores se debe tener en cuenta el tipo de imagen utilizada y el producto o servicio que se ofrece.

Paso 6. Establecimiento de los elementos a controlar

En el producto se controlan elementos que son necesarios para el cumplimiento de su propósito, ellos son:

- El cumplimiento de los objetivos propuestos en el diseño del producto con vista a mejorar su aceptación por los usuarios.
- El registro y control de usuarios es importante para la realización de las estadísticas y conocer la satisfacción del usuario.
- La elaboración de nuevas versiones del producto, donde se añada valor a la información con otras informaciones actualizadas distintivas de la carrera, unido a elementos motivacionales de la profesión.
- La retroalimentación que se tenga con los usuarios y la evaluación periódica del producto por especialistas determina la eficacia, adecuación, rendimiento y necesidades de mejora del mismo.

Paso 7. Promoción del producto

Las vías para promocionar el producto son los portales webs del preuniversitario de Moa y de la Universidad de Moa, la televisora comunitaria MoaTV, a través de los encuentros de formación vocacional y orientación profesional sostenidos en el preuniversitario y el movimiento de puertas abiertas propiciado por la facultad de Ciencias Económicas en conjunto con el departamento de Ciencias de la Información.

Paso 8. Determinación de los canales de retroalimentación

La retroalimentación es uno de los elementos principales en todo diseño de producto informativo, ya que permite tener una perspectiva más completa acerca de la objetividad del producto y dónde se presentan las principales áreas de mejoras.

Las vías que se utilizarán en este trabajo son:

- La confección de cuestionarios que permitan actualizar las necesidades de los usuarios del producto.
- Teniendo en cuenta que en el diseño de este producto participaron estudiantes de Ciencias de la Información se considera que están familiarizado con la profesión que se promociona y pueden lograr mejor interacción con los estudiantes.

Paso 9. Implementación del producto

Una vez concluida la elaboración del producto informativo se les entrega a los diferentes actores del proceso de formación vocacional y orientación profesional para su posterior implementación en las diferentes formas de interacción con el usuario antes mencionadas. Se tiene en cuenta durante la implementación la usabilidad del producto de información, en función de posibilitar la satisfacción de las necesidades informativas de las diferentes tipologías de usuarios.

Paso 10. Evaluación del producto

Una de las funciones más importantes de la evaluación es su carácter instrumental central como soporte para los procesos de toma de decisiones. Enfatizando en el rol de la evaluación como retroalimentación de los procesos de planificación y la toma de decisiones se valora la ejecución del producto y el desempeño de cada uno de los actores involucrados en el proceso.

En la etapa de diseño, para suprimir posibles deficiencias, esta investigación se apoya en los resultados de las encuestas y posteriormente en el contacto directo del usuario con el producto antes de comenzar la fase de implementación. Otras de las pruebas utilizadas para la evaluación del producto fue mostrar el prototipo al personal de la institución, con el objetivo de corregir las deficiencias detectadas.

El aprovechamiento de las instancias de evaluación contribuye a incrementar el desarrollo profesional desde la práctica sistemática de observaciones, el registro de información, el desarrollo de marcos analíticos e interpretativos de la información, la inclusión de la información en los procesos de gestión, el desarrollo de instrumentos para la recolección de información, entre otros.

Un profesional de la información debe poseer competencias para asumir otras tareas, como:

- Relaciones Públicas
- Promoción de la imagen corporativa
- Organización y gestión de eventos
- La creación, desarrollo y gestión de servicios web
- Posicionamiento web
- Gestión de contenidos en sitios web
- Análisis de Mercado
- Analista de sistemas de información.

Además debe poseer un conjunto de atributos, como:

- Curiosidad
- Independencia
- Responsabilidad
- Laboriosidad
- Compromiso social y con los objetivos de la organización
- Vocación hacia la calidad y la excelencia
- Flexibilidad
- Capacidad innovadora
- Ética profesional
- Motivación y vocación hacia el ejercicio profesional
- Alto nivel de competencia

Las Ciencias de la Información confluyen en la utilidad y necesidad de cara a las demandas de la sociedad actual y para las organizaciones a partir de la correcta utilización de la información en diversos ámbitos



y escenarios. En un mundo de tanta información, lo más importante para la sociedad es poder recibirla correcta, verídica y fidedigna. La sociedad y las organizaciones están demandando métodos, herramientas, habilidades y conocimientos, para gestionar la información de una forma correcta, rápida y eficaz; y es el profesional de la información quien puede ofrecerla.

Inteligencia

Conocimiento

Información

Datos

“Ya no estamos en la era de la información. Estamos en la era de la gestión de la información.”
Chris Hardwick, actor



Colectivo de estudiantes de 4to año
Licenciatura en Ciencias de la Información
Universidad de Moa Dr Antonio Núñez Jiménez



Ciencias de la Información

Conocimiento

Arquitectura

Comunicación

Marketing



“Si miras cualquier tipo de organización moderna y piensas ¿Cuál es el instrumento de poder más potente?, verás que es la información.”
Ricardo Semler, empresario





Las Ciencias de la Información son un conjunto de disciplinas que tienen como objeto de estudio a la información en sus disímiles expresiones, portadores y escenarios, en función de facilitar su acceso y uso contextual; donde, a su vez, se destaca la fuerte relación que esta tiene con el conocimiento y la comunicación.

La Licenciatura en CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN es una carrera que se estudia en siete universidades del país:

1. Universidad de La Habana
2. Universidad Agraria de La Habana Fructuoso Rodríguez Pérez
3. Universidad Central Marta Abreu de las Villas
4. Universidad de Sancti Spiritus José Martí Pérez
5. Universidad de Holguín
6. Universidad de Camagüey Ignacio Agramonte y Loynaz
7. Universidad de Moa Dr Antonio Núñez Jiménez

Tiene como propósito preparar al futuro profesional para enfrentar tareas relacionadas con tres espacios de conocimientos: BIBLIOTECOLOGÍA, ARCHIVÍSTICA Y CIENCIA DE LA INFORMACIÓN.

TIPO DE CURSO

- Diruno (4 años de duración)
- Por euentros (5 años de duración)
- A distancia

CAMPOS DE ACCIÓN DEL PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN

- Especialista en búsqueda, selección, organización, representación, recuperación y almacenamiento de la información
- Gestor Documental, de la Información y del Conocimiento
- Diseñador e implementador de productos, servicios y sistemas informativos
- Estudios teóricos, históricos y metodológicos de la documentación, la información y el conocimiento
- Diseñador y ejecutor de programas de alfabetización y socialización de la información
- Gestor de contenidos en plataformas web
- Analista de información
- Arquitecto de información
- Investigador
- Especialista en posicionamiento web
- Preservador y conservador del patrimonio
- Gestor de marketing
- Auditor de información
- Comunicador
- Gestor de proyectos comunitarios
- Docencia universitaria asociada a la especialidad

ESFERAS DE ACTUACIÓN

- Bibliotecas
- Museos
- Archivos administrativos e históricos
- Centros de información y/o documentación
- Servicios, medios y redes de información
- Órganos de gestión del patrimonio cultural
- Centros culturales

¿Qué estudiarás durante la carrera?

- Servicios de Información
- Gerencia de la Información
- Organización de la Información
- Tecnología de la Información
- Información y Sociedad

LA CIENCIA EMOCIONA CONTARLA, TAMBIÉN

Figura 1. Producto informativo para la formación vocacional en la elección de la carrera de Ciencias de la Información.

Factibilidad económica

Costos-beneficios: El producto desarrollado, atendiendo a la necesidad de promover el interés por la carrera Ciencias de la Información, reviste una gran significación al contribuir de manera potencial al enriquecimiento del conocimiento sobre esta profesión. Su impacto social favorecerá el incremento en la matrícula de la carrera y de los niveles de motivación por esta, además dará a conocer el alcance de la profesión.

El producto no está concebido para su comercialización y los niveles de inversión han sido facilitados sin ningún costo, como en el caso de la cámara fotográfica, la impresora y la computadora. Se contó con la colaboración desinteresada de los profesionales de la Universidad de Moa. Su posterior generalización y distribución solo genera costos mínimos de impresión conforme a los intereses de la institución.

Conclusiones

El estudio de usuarios permite identificar que las necesidades informativas de los estudiantes del preuniversitario giran alrededor de informaciones que esclarezcan lo que se estudia en la carrera Ciencias de la Información, lugares dónde se estudia, labor que desarrolla el profesional de la información y su campo de acción.

El desarrollo del producto informativo elaborado puede contribuir a incentivar a los estudiantes hacia la carrera Ciencias de la Información y favorecer a la labor educativa de los profesores que estimulen a los estudiantes a informarse para decidir su futuro.

Referencias bibliográficas

DELGADO-GUEVARA, E. B. Y GARCÍA-PÉREZ, E. 2018. Estrategia de orientación vocacional para asegurar la continuidad de estudios. *Luz* XVII(2). Disponible en: <https://luz.uho.edu.cu>

TERRY-GONZÁLEZ, M. 2009. *Servicios Comunitarios: Selección de lecturas*. Félix Varela, La Habana.

VALDÉS, A.; VALDÉS, A. M. Y FERNÁNDEZ, B. 2016. Estrategia pedagógica para elevar la formación vocacional y orientación profesional de los estudiantes de Enfermería en la Facultad "Gral. Calixto García", 2013-2014. *Educ Med Super.* 30(2). Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412016000200004