

LA PRODUCCIÓN DE MENSAJES PROPIOS EN PROCESOS DE ORIENTACIÓN VOCACIONAL CON JÓVENES

Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Programa Unidad de Prácticas y
Producción de Conocimientos.

Lic. Cecilia Ceraso, Lic. María Noel Rosa y Lic. Germán Retola

Colaboradores: Gisela Sasso, Joaquin Cortes, Antonella Milone, Carla Polla, Darío
Alfredo Cassan, Agustin Martinuzzi y Lic. Javier Cereceda.

noelrosa2003@yahoo.com.ar

Introducción:

Esta ponencia se refiere a una experiencia desarrollada por la Unidad de Prácticas y
Producción de Conocimientos de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social
de la UNLP(1). En este espacio, algunos estudiantes de comunicación social,
coordinados por graduados y docentes, realizan una experiencia de práctica en el
campo de la planificación y gestión de procesos comunicacionales en relación con
problemáticas construidas desde las prácticas sociales.

El Proyecto de Orientación Vocacional en el que participamos es un Proyecto de
Extensión Universitaria y pertenece a la Facultad de Psicología de la UNLP y es
desarrollado por el Centro de Orientación Vocacional Ocupacional.

Tiene por objetivo desarrollar procesos de orientación vocacional con jóvenes del
último año de Escuelas Secundarias Básicas (2) de la Ciudades de La Plata, Berisso
y Ensenada en situación de vulnerabilidad social.

Este Proyecto tiene voluntades interdisciplinarias, por ello coexisten en el equipo
diferentes grupos disciplinares (psicólogos, profesores de letras y comunicadores),
acordando un proceso de intervención integrado.

La idea de orientación vocacional de la que partimos tiene que ver con la posibilidad de que
los jóvenes reconozcan sus propias potencialidades y se puedan mirar como un sujeto de
transformación y en transformación. Es decir, reconocerse en la toma de decisión,
gestionando (con uno mismo y en colectivo) la propia vida y el propio deseo.

La propuesta es fortalecer las experiencias de vida, las potencialidades de los jóvenes, las potencialidades de este tiempo histórico, en relación a construir un proyecto de vida desde la cultura de los jóvenes y sus deseos.

Es en este sentido que el proyecto propone tres espacios de trabajo:

El proceso de orientación vocacional donde los chicos miran sus potencialidades y obstáculos en relación a construir un proyecto de vida.

Por otro lado, un taller de literatura donde los chicos fortalecen la lecto-escritura desde la producción literaria de este tiempo.

Los talleres de comunicación y producción de mensajes propios, que intentan poner en diálogo las necesidades y potencialidades de los jóvenes con otros actores de la comunidad desde la producción en los tres lenguajes de comunicación. En este espacio nosotros trabajamos y centraremos la reflexión.

Nuestro diagnóstico podría resumirse en dos cuestiones básicas:

- 1- La construcción social de los jóvenes: aquí vemos cómo los jóvenes son silenciados sistemáticamente por el discurso hegemónico adulto. También reconocemos a los jóvenes como actores vitales para la producción colectiva del deseo y la gestión de procesos de desarrollo.
- 2- El modelo de educación/comunicación (3) hegemónico en las prácticas escolares: reconocemos que los modelos de comunicación/educación basado en los contenidos disciplinares y en los efectos y cambios de conductas no facilitan la constitución de los jóvenes como sujetos capaces de tomar decisiones.

De este diagnóstico surgen las siguientes preguntas guías de la práctica: ¿cómo construye la escuela a los jóvenes en la toma de decisiones?. ¿Cómo desarrolla capacidades de toma de decisiones? ¿Cómo construimos el problema desde la perspectiva de la comunicación y específicamente desde los campos de la comunicación / educación y la planificación y gestión de la comunicación?. ¿Qué herramientas de comunicación pensamos poner en juego, qué tecnologías propias de nuestro campo, generarán espacios de diálogo de saberes y de producción de mensajes?. ¿Cómo pensamos estrategias pedagógicas comunicacionales que disparen la palabra y la producción colectiva? ¿Cómo planificar desde la relación entre los sujetos interactuantes en estos procesos específicos y sus múltiples

contextos, las instituciones y sus tradiciones y visiones y las estrategias de planificación de procesos de comunicación?

En este trabajo vamos a desarrollar algunos aspectos de este proceso de planificación y gestión:

Los sujetos interactuantes en el proceso, entendemos a los jóvenes como sujetos de transformación y en transformación. Sujetos de producción de sentidos, de producción de nuevos saberes y valores. Sujetos que transforman porque aportan su mirada y construyen nuevos cauces de producción de sentidos.

Las estrategias de planificación y gestión de procesos comunicacionales, desde la pedagogía de la comunicación y la producción de mensajes propios como espacios de producción de sentidos. Estos sentidos se construyen desde la producción colectiva, en donde muchos sujetos intervienen en un proceso de producción autoorganizado de un producto comunicacional que exprese los sentidos construidos colectivamente sobre un problema. La producción desde los lenguajes comunicacionales es un camino pedagógico hacia la expresión, creatividad, irradiación del propio ser, autoorganización, búsqueda estética y ética, concreción de metas, autonomía de pensamiento.

Los mensajes producidos: haremos un recorrido por el proceso de producción específico a esta práctica. Reconocimiento de los problemas y redes de problemas trabajados por los chicos. Sistematización de las potencialidades identificadas.

Los sujetos protagonistas del proceso

Los jóvenes con los que se trabajó son los estudiantes que cursan el último año de la secundaria. Terminar la escuela representa un momento de toma de decisión para cada joven estudiante. ¿Qué vida voy a desarrollar fuera de la escuela? es una pregunta clave, que se entremezcla con algunas otras: ¿para qué estudié?, ¿qué herramientas tengo?, ¿con qué posibilidades cuento?, ¿puedo seguir estudiando? ¿qué sigo estudiando? ¿Qué oficio desarrollaré? ¿En qué trabajaré?, ¿cómo será mi vida después de estos meses? ¿Qué haré con el tiempo?.

Estos jóvenes pasaron gran parte de su vida en el sistema educativo, el cual se constituye como un componente imprescindible en la constitución de los jóvenes como actores de transformación. Nos preguntamos ¿en qué medida la escuela y el sistema educativo contribuyen u obstaculizan esos procesos?.

Entendemos que uno de los conflictos más profundos de la escuela de hoy es su imposibilidad de reconocer los modos de percepción que tienen los jóvenes, cargados de nuevas sensibilidades. No puede haber apropiación de saberes cuando los actores del proceso no le encuentran el sentido a esos saberes. Otro de los problemas primordiales que interfieren en el aprendizaje es la dicotomía entre teoría y realidad cotidiana planteada desde la escuela, donde los contenidos se fundamentan en la utilidad de éstos en "el futuro". Sin embargo en "la mayoría de los pueblos de la provincia de Buenos Aires la escuela posee la cualidad de ser un espacio de pertenencia y contención de los jóvenes" (4).

Las estrategias de planificación y gestión de procesos comunicacionales:

Para desatar un proceso de comunicación/educación optamos por una perspectiva pedagógica capaz de promover un proceso educativo acorde a nuestra mirada de comunicación. Por ello partimos de la perspectiva de Daniel Prieto Castillo cuando define a la pedagogía como "una mediación capaz de promover y acompañar el aprendizaje, es decir, la tarea de cada educando de construirse y de apropiarse del mundo y de sí mismo".

Según lo definen F. Gutiérrez y D. Prieto Castillo, consiste en "el tratamiento de contenidos y de las formas de expresión de los diferentes temas a fin de hacer posible el acto educativo, dentro del horizonte de una educación concebida como participación, creatividad, expresividad y relacionalidad".

El proceso pedagógico planificado por la Unidad de Prácticas y Producción de Conocimientos tuvo una duración de tres días, en los cuales se propusieron actividades de producción, actividades de reflexión y actividades creativas basadas en la producción de mensajes propios.

Las Estrategias comunicacionales basadas en la producción desde los lenguajes:

Los lenguajes permitieron la comunicabilidad de una problemática construida consensuadamente por el grupo de estudiantes. El lenguaje fue un canalizador de la expresividad de los jóvenes y fue también un medio para explicar, significar, relacionar y enriquecer el problema escogido para el análisis y producción de los mensajes propios.

Partimos para ello de la base de que las posibilidades de interlocución pasan directamente por el lenguaje y que como instrumento de comunicación éste se adapta a distintos propósitos.

En la producción de mensajes propios apelamos al uso de todos los recursos expresivos que hacen a la esencia de cada lenguaje: audiovisual, radial y gráfico. No a manera de instrumentos que vuelven atractivo un producto, sino como posibilidades de una narración creativa que tiene un sentido estratégico de comunicación, en función de un destinatario, algunos recursos, un contexto y unos fines.

Otro aspecto a tener en cuenta es que la producción de mensajes a partir de los lenguajes permite potenciar las posibilidades de autoorganización, expansión, de creación, de gestión del grupo y de producción de sentidos, a partir del compromiso y la libertad que implica y significa tener la palabra.

Los mensajes producidos:

A la hora de encarar la producción en el taller los productos comunicacionales producidos por otros jóvenes en procesos similares fueron insumos estratégicos, que al compartirlos, dispararon el habla, y permitieron reconocer el hecho de que sí es posible dar forma a un material comunicativo en períodos cortos de tiempo y con tecnologías de bajo alcance.

Otro elemento importante a la hora de pensar las condiciones de producción en estas jornadas fue el explícito carácter no formal del proceso educativo. Considerando la estricta formalidad impuesta en el ámbito escolar, la participación del taller se presentó como libre y voluntaria. El tipo de vínculo se fundó en el compromiso y disparó un proceso autoorganizado a la hora de definir la producción de los estudiantes / talleristas.

Este camino llevó a la definición de destinatarios y temáticas generales a tratar. La problemática común trabajada fue en cierta medida condicionada por el marco institucional del proyecto de orientación vocacional, pero la mediación realizada por los jóvenes hizo foco en la juventud como una etapa difícil, producto de las decisiones frente a las posibilidades y opciones que la vida presenta.

El proceso de producción:

Este proceso fue pensado y organizado con una duración de tres días. En el Primer día se produjeron sentidos respecto al ser jóvenes y se reconocieron problemáticas comunes. En el segundo día, se observaron otras producciones hechas con anterioridad por otros grupos de jóvenes, se dividieron en grupos y se enseñaron

cuestiones técnicas por lenguajes. En el Tercer día, se materializaron en productos los conceptos.

Desde la producción de mensajes propios, es muy importante trabajar con los recursos con los que cuenta la escuela y los alumnos. Es importante reconocer que poniendo en práctica la imaginación y la creatividad podemos autoorganizarnos en procesos realizativos. La comunicación no es sólo para los comunicadores, ni sólo para los que tienen los recursos tecnológicos. Estos materiales son disímiles y siempre son recreados en función del proceso particular y específico de la producción.

Los mensajes son un producto grupal y social, surgen de consensos y de acuerdos estéticos, políticos y éticos. Surgen interactuando con los contextos que los determinan. Tienen, a su vez, la intención de modificar, transformar y mejorar la realidad problemática que comunican. Sus preocupaciones tenían que ver con sus realidades del día a día, relacionándolo con sus expectativas de futuro.

Sobre las problemáticas abordadas:

Hay una múltiple direccionalidad de los productos comunicacionales porque abordan distintas facetas de los problemas, pero también porque dentro del mismo producto se ven diferentes miradas que convergen en un mismo tema. Aparecen las voces de los padres, profesores, compañeros, amigos, vecinos, las de ellos mismos. Los problemas a los que los jóvenes se enfrentan en este tiempo histórico, según lo producido en los talleres son: la falta de trabajo, la violencia, el hambre, la discriminación, la falta de seguridad y justicia, la dificultad para tomar decisiones, el miedo al ingreso a la facultad, corrupción, peleas, los adultos que no escuchan y su falta de comprensión, la indiferencia, la desigualdad, el amor no correspondido, la violencia en las escuelas, la drogadicción, el encierro, el egoísmo, las dudas, el sentirse solos, que la tristeza agobie, el individualismo y la comodidad, los vicios, ambiciones, problemas de maltrato en la familia, la falta de libertad, el miedo a mirarse en el espejo y no reconocerse, vivir en un mundo en guerra, el trato donde el joven es tomado como irresponsable, el desfazaje en nuestra relación con la naturaleza, entre muchos otros.

Problemáticas abordadas por los mensajes propios producidos:

Las temáticas abordadas básicamente giraron en torno al ser joven, y en relación a esto, se ramificaron otros temas, como los jóvenes y sus responsabilidades cotidianas y de futuro, los jóvenes y el deseo, los jóvenes y el trabajo, los jóvenes y la escuela, los jóvenes y la familia, los jóvenes en relación a sí mismos, los jóvenes y el discurso hegemónico adulto.

En general los nodos centrales que aparecieron en las charlas con los chicos fueron:

- **EL TRABAJO:** dicen que: se les pide experiencia y recién salen al campo laboral entonces no la pueden tener. Consiguen trabajos poco seguros, que implican mucha responsabilidad y con bajas remuneraciones. Se sienten explotados por ser jóvenes. Es una posibilidad para poder obtener recursos para estudiar y tomar sus propias decisiones.
- **ESCUELA:** Reconocen en la escuela un lugar legítimo para construir grupos, acceder a un futuro mejor, conocer otras realidades. Por otro lado, la escuela es un lugar en el que no se le reconocen sus saberes, “que hay que terminar” como algo que implica una carga.
- **RED DE RELACIONES:** La familia, los amigos y los compañeros de escuela son los tres nodos relacionales más importantes que surgen de los productos comunicacionales. Existe una fuerte relación entre los tres grupos, la familia como formador del joven en cuanto a sus relaciones sociales y afectivas; la escuela como formador del joven no simplemente en cuanto a aprendizajes, sino también en relación a sus vinculaciones sociales y culturales mencionadas. La amistad como un valor que los jóvenes rescatan como importante y trascendente para la transformación de sus realidades, además como una forma de vínculo propio y característico de los jóvenes.

Potencialidades descritas por los jóvenes a la hora de producir mensajes propios:

Los jóvenes estudiantes identificaron las siguientes potencialidades:

- Los jóvenes se conectan con las nuevas tecnologías y pueden producir diálogo desde ahí.
- Los jóvenes tienen esperanza, fe en el cambio y en las transformaciones
- Tienen objetivos. Proyectan.
- Son desprejuiciados, aunque son víctimas de la estigmatización constante.

- La conexión con el ciclo de la vida, los adultos se desconectaron con la naturaleza por las formas de producir, las guerras, la valoración del mercado. Los jóvenes tienen la posibilidad de conectarse de otra manera con el entorno.
- Tienen a la felicidad como un objetivo en todo lo que se emprende.

Potencialidades de la producción de mensajes propios como estrategia:

¿Cómo colabora la producción de mensajes propios a los procesos decisorios de los jóvenes respecto a su propia vocación?. Definir un producto comunicacional implica acercarse a otro, reconocer la propia identidad y pensarse indefectiblemente como un sujeto que tiene algo para decir, a quién decírselo y un por qué y para qué comunicar.

La producción de mensajes propios facilita que los jóvenes:

- Puedan valorar sus saberes, actitudes y aptitudes.
- Puedan valorar el saber de manejo con las nuevas tecnologías.
- Dialoguen desde una producción concreta.
- Se den cuenta de todos los saberes previos que tienen.
- Se reconozcan como sujetos de conocimientos y de transformación.
- Trabajen en equipo haciéndose responsables de: tiempos, materiales, organización, etc.
- Asocien el trabajo con la alegría y el movimiento.
- Piensen desde el diálogo y no desde la pelea-confrontación con el adulto.
- Tomen decisiones sobre obstáculos que se presentan de manera organizada y comprometida.
- Piensen en el futuro como el deseo que pueden realizar hoy.

La producción de mensajes propios, es un medio por el cual los jóvenes encontraron cauces para producir nuevos sentidos en relación a su mundo: familia, trabajo, amigos, escuela, universidad. Este cauce, además, es una forma de aprender, una forma de trabajar en grupo y producir colectivamente. Estos mensajes están cargados de sentidos y están destinados a interlocutar con otros. La idea de cause emerge para hablarnos de aquellos procesos que tienden hacia la construcción del propio deseo a partir de procesos donde se desata la creatividad. Creación que se enfrenta a la práctica naturalizada que tiende a llevar al silencio a los jóvenes y estudiantes, que aprenden no sólo del modelo, sino que aprenden *el modelo*.

"Aprenden" a repetir los contenidos y también a aprender repitiendo, creyendo que aprender es sinónimo de ser pasivo y repetir llanamente los contenidos. En estos Talleres se "aprende" a ser motivado y a creer que la motivación es la forma de aprender, y como una práctica que luego se traslada a otros espacios de la vida cotidiana.

Pues bien, frente a las prácticas educativas escolarizadas, la producción de mensajes propios crea una relación donde los estudiantes producen desde el lugar de la libertad frente al proceso. Un lugar para reflexionar, crear y comprometerse. Los estudiantes se construyeron como sujetos de creación en el proceso de producción, lo cual les permitió pararse desde ese lugar y generar, desde la alegría y la libertad, discursos nunca antes vistos por ellos mismos. La práctica de producir mensajes es una herramienta que permite la reflexión sobre un tema y la comunicación de éste a través de diferentes lenguajes y semiosis posibles. Pensamos que en la escuela es vital tener estrategias pedagógicas que incluyan la producción de mensajes propios, con el fin de transformar las monótonas y rutinarias prácticas escolarizantes que llevan a muchos de nuestros jóvenes al silencio y la inacción.

(1) Dependiente de la Secretaría de Comunicación y Desarrollo de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.

(2) Este trabajo se refiere a los procesos desarrollados en las Escuelas de Enseñanza Media Nro. 2 de la Localidad de Berisso, la Escuela de Enseñanza Media 22, en el Barrio de La Granja en la Ciudad de La Plata, la Escuela de Enseñanza Media 17, la Escuela de Enseñanza Media 9, de Olmos y la Escuela Técnica N° 2 de Ensenada.

(3) Kaplún, Mario. El Comunicador Popular, Editorial Humanitas.

(4) Ceraso Cecilia y Retola Germán. Tesis Jóvenes Comunicación y Desarrollo local. FPyCS UNLP. 2000