

XI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVI Jornadas de Investigación. XV Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. I Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. I Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2019.

Volver al futuro: La orientación en los medios de comunicación a través de un programa de radio.

Videla, Giselle y Yanella, Laura.

Cita:

Videla, Giselle y Yanella, Laura (2019). *Volver al futuro: La orientación en los medios de comunicación a través de un programa de radio. XI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVI Jornadas de Investigación. XV Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. I Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. I Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-111/873>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ecod/pDo>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

VOLVER AL FUTURO: LA ORIENTACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE UN PROGRAMA DE RADIO

Videla, Giselle; Yanella, Laura
Universidad de Buenos Aires. Argentina

RESUMEN

Este trabajo explora la relación entre orientación vocacional y ocupacional y comunicación, desde la presentación del programa de radio "Volver al Futuro". Esta experiencia, que lleva siete años, es producida y realizada por la "Dirección de Orientación al Estudiante" (DOE), perteneciente a la "Subsecretaría de Orientación Universitaria", de la "Secretaría de Relaciones Institucionales, Cultura y Comunicación" de la UBA. Dirigido a personas en proceso de orientarse y a quienes los acompañan, aborda exclusivamente temáticas de orientación vocacional y ocupacional. Los enfoques actuales de la Psicología de la Orientación propician, entre otras cuestiones, que los jóvenes generen aprendizajes para la construcción de sus proyectos de estudio y trabajo, reflexionen sobre sí mismos, conozcan el mundo educativo y laboral y revisen sus representaciones sociales, resultando fundamental diseñar herramientas para acompañarlos. Debido al impacto de los medios de comunicación, el programa ofrece acceso masivo e igualitario a recursos de información y reflexión, para ampliar la mirada de los destinatarios sobre la elaboración de sus proyectos. Asimismo, distintas teorías de la comunicación destacan la relevancia de los medios para movilizar representaciones sociales, por ejemplo sobre la orientación vocacional, así como para instalar modelos comunicacionales participativos que promuevan receptores activos y transformadores de su realidad.

Palabras clave

Orientación - Comunicación - Representaciones sociales - Reflexión - Masividad

ABSTRACT

BACK TO THE FUTURE: GUIDANCE IN MASS MEDIA THROUGH A RADIO PROGRAMME

This paper explores the relationship between educational and vocational guidance and communication, by presenting the radio programme "Back to the future". This experience, that started 7 years ago, is produced and made by the "Dirección de Orientación al Estudiante" (DOE) from the "Subsecretaría de Orientación Universitaria" of the "Secretaría de Relaciones Institucionales, Cultura y Comunicación" from UBA. With persons in process of orientation, and those who accompany them, in mind, the programme exclusively includes educational and vocational guidance topics. The current approaches in Vocational Psychology pro-

mote, within other matters, that young people develop learnings to built their projects of study and work, think about themselves, know the educational and labor world, review their social representations, for what designing tools to accompany them results essential. Due to the impact media produces, the programme offers massive and equal access to resources of information and reflection, to broaden the addressees' view about the elaboration of their projects. Additionally, different communication theories point the relevance of the media as a way to shake social representations, for instance towards vocational guidance, as well as propose communicational models that are participative and promote active receivers who transform their own reality.

Key words

Guidance - Communication - Social representations - Reflection - Massive

BIBLIOGRAFÍA

- Aisenson, D. (2007). Enfoques, objetivos y prácticas de la Psicología de la Orientación. Las transiciones de los jóvenes desde la perspectiva de la Psicología de la Orientación. En J. A. Castorina, D. Aisenson, N. Elichiry, A. Lenzi & S. Schlemenson (Coords.) *Aprendizajes, sujetos y escenarios. Investigaciones y prácticas en Psicología Educativa* (pp. 71-95). Buenos Aires: Ediciones Novedades Educativas.
- Aisenson, D. & Equipo de investigación en psicología de la orientación (2002a). *Después de la escuela. Transición, construcción de proyectos, trayectorias e identidad de los jóvenes*. Buenos Aires: Eudeba.
- Guichard, J. (1995). *La escuela y las representaciones de futuro de los adolescentes*. Barcelona: Alertes.
- Guichard, J. (1997). El tema de la pertinencia cognoscitiva en la información de los adolescentes acerca de las profesiones en *Psicología Iberoamericana* Vol. 5 N° 1, pps. 24-38
- Jodelet, D. (2002). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En *Psicología social. Tomo I: Influencia y cambio de actitudes. Individuos y grupos. Tomo II: Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. (1ª ed. en francés, PUF. 1984). Barcelona, España: Paidós.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ed. De la Torre.
- Kaplún, M. (2015) De medios y fines en comunicación educativa. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, [S.l.], n. 58, ene. ISSN 1390-924X. Disponible en: <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1120/1149>

- Marková, I. (1996). "En busca de las dimensiones epistemológicas de las representaciones sociales" en Paez, D y Blanco, A. eds *La teoría sociocultural y la Psicología social actual*. Madrid. Ed Aprendizaje SL.
- Murekian, N. (1996). "En busca de las dimensiones epistemológicas de las representaciones sociales" en Paez, D y Blanco, A. eds *La teoría sociocultural y la Psicología social actual*. Madrid. Ed Aprendizaje SL.
- Pelletier, D. y Dumora, B. (1984). Fundamentos y postulados para una concepción educativa de la orientación. En PELLETIER y BUJOLD et collaborateurs. *Pour une approche éducative en Orientation* (pp. 27-37). Québec, Canadá: Gaétan Morin (Traducción: Lic. Gabriela Aisenson).
- Rodriguez Salazar, T. (2008). "Sobre el potencial teórico de las representaciones sociales en el campo de la comunicación" Universidad de Guadalajara, México. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf//comso/n11/n11a2.pdf>