

Cassan, Dario Alfredo

Cereceda, Javier

Martinuzzi, Agustín

Polla, María Carla [\[1\]](#)

Retola, Germán

Rosa, Noel

Sasso, Gisela

Facultad de Periodismo y Comunicación Social - Universidad Nacional de La Plata.

Área de interés: Estrategias de intervención social desde la comunicación.

Palabras claves: orientación vocacional, producción de mensajes propios, jóvenes.

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

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 [\[2\]](#). En este espacio, algunos estudiantes de comunicación social 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.

En estas prácticas también participan docentes y graduados. Tanto estudiantes como graduados tienen intereses formativos y de investigación respecto a los procesos gestionados desde este espacio de interacción entre las comunidades y la Facultad.

El Proyecto donde intervenimos desde la perspectiva de la comunicación y la planificación y gestión de procesos comunicativos surge de un Proyecto de Extensión de la Facultad de Humanidades de la UNLP desarrollado y concebido por la Centro de Orientación Vocacional.

El Proyecto de Orientación Vocacional [\[3\]](#) tiene por objetivo desarrollar procesos de orientación vocacional con jóvenes en Escuelas Secundarias Básicas [\[4\]](#) 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. Además del grupo de comunicadores, está también el grupo de psicólogos y el grupo de profesores de letras. Los tres grupos, planificamos las estrategias pedagógicas acordando un proceso de intervención integrado.

Se eligieron Escuelas que se encuentran en la periferia de las ciudades trabajadas. Los jóvenes convocados fueron estudiantes que estaban cursando el último año de su bachiller, es decir, que estaban finalizando un ciclo de sus vidas y comenzando una nueva etapa.

La idea de orientación vocacional de la que partimos tiene que ver más que con la elección de una carrera universitaria, con la posibilidad de reconocer sus propias potencialidades y reconocerse 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 que implique el trabajo y/o estudio, herramientas para el ingreso al trabajo o el estudio.

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: la escuela, la familia y otros jóvenes desde la producción desde los tres lenguajes de comunicación. Es en este espacio en el que 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 desarrollo endógenos a las propias comunidades .

2- El modelo de educación/comunicación[5] hegemónico en las prácticas escolares: reconocemos que los modelos de comunicación/educación basados 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 protagonistas 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 afrontan una vida compartiendo sentidos interactuando en diversas instituciones. Sujetos que transforman porque aportan su mirada y construyen nuevos cauces de producción de sentidos. Los sujetos transitan por diversas instituciones en distintos trayectos de su vida. La escuela es una de ellas, cada vez más claramente no es la única.

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, también colectivamente construido y por ello analizado. 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: Recorrido por el proceso de producción específico a esta práctica. Reconocimiento de los problemas, redes de problemas trabajados por los chicos. Sistematización de las potencialidades identificadas de los jóvenes. Lista de productos y sinopsis temática. Para realizar este recorrido recomendamos mirar el producto multimedial que acompaña a este trabajo.

Los sujetos protagonistas del proceso

Los jóvenes con los que se trabajó son los estudiantes que cursan su último año del bachiller. Por lo que pensamos que estos sujetos están ante un punto crucial en los trayectos de sus vidas. 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 convierte en un componente imprescindible en la constitución de la jóvenes como actor de transformación. Nos es imposible pensar un proceso transformación desligado de un proceso de aprendizaje. El joven como actor en las prácticas sociales esta inmerso en un movimiento que lo va constituyendo y desde su propia identidad va produciendo sentidos y saberes fundamentales para lograr mejorar la calidad de vida en sus localidades y regiones. Nos preguntamos ¿en qué medida la escuela y el sistema educativo contribuyen u obstaculizan esos procesos?.

Entendemos que uno de los conflictos mas 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 estos 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"[6]. Además la escuela es uno de los espacios de participación que los jóvenes consideran más legítimos.

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 perspectiva 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"¹.

El proceso pedagógico planificado por la UDEP 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.

Esto centra nuestra planificación en el trabajo sobre los lenguajes comunicacionales y sus posibilidades expresivas.

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 develar, indicar, demostrar, 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. Sin embargo, hay otros usos sociales del lenguaje que fueron trabajados en el taller, que ponen de manifiesto que puede ser usado para mentir, reducir, parcializar, confundir, fragmentar, etc.

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 recursos de una narración creativa que tiene un sentido estratégico de comunicación. Es decir que está pensado para la producción 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 de producción de mensajes propios, los productos comunicacionales producidos por otros jóvenes en procesos o talleres 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 lenguaje gráfico, radial o audiovisual, en períodos cortos de tiempo y con tecnologías de bajo alcance u “hogareñas”, por llamarlas de otra manera.

Es en este contexto que los mensajes producidos en condiciones similares animaron y cargaron de sentido el hecho de contar y definir aquello que consideran importante hablar.

Otro elemento importante a la hora de pensar las condiciones de producción en estas jornadas fue el explícito carácter no formal^[7] del proceso educativo que encaramos cuando pensamos en producir.

Considerando la estricta formalidad impuesta en el ámbito escolar, la participación del taller se presentó como libre y voluntaria. A su vez, la despreocupación por parte de los coordinadores respecto de las reglas disciplinarias escolarizantes, permitió un tipo de

vínculo fundado 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, ya que efectivamente este es el tema a trabajar, 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, divididos cada jornada en una etapa importante dentro del ámbito de producción. En el Primer día se realizó una aproximación entre los alumnos y coordinadores, para luego aportarles herramientas para poder producir. Se produjeron sentidos respecto al ser jóvenes. y se reconocieron problemáticas comunes. En el Segundo día, se observaron otras producciones hechas con anterioridad por otro grupos de jóvenes, se dividieron en grupos y se enseñaron cuestiones técnicas por lenguajes, reconociendo los diferentes formatos de los lenguajes: audiovisual, sonoros y gráficos. En el Tercer día, se materializaron los conceptos, es decir se llevó a la práctica todo lo aprendido

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 solo para los comunicadores ni para los que tienen los recursos tecnológicos. Todos y todas podemos comunicarnos con los materiales que disponemos en nuestros contextos. Estos materiales son disímiles y siempre son recreados en función del proceso particular y específico de la producción.

En el proceso de producción de los mensajes propios es vital el trabajo en grupo, ya que les permitió pensar las problemáticas con mayor cantidad de estrategias para resolverlas. 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. El contexto socio cultural y económico son dos aspectos que los jóvenes tuvieron en cuenta a la hora de enmarcar sus problemas. 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 temas no se reducen a una sola mirada, sino que aparecen vinculados a una red de relaciones comunicacionales y los problemas no aparecen solos sino vinculados a una red de problemas.

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, injusticia, 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: Del trabajo los jóvenes dicen que: se les pide experiencia y recién salen al campo laboral entonces no la pueden tener. Consiguen trabajos poco seguros 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: en todas las producciones se manifestaron distintas redes de relaciones por las que transitan los jóvenes. 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 aprendizaje, sino también en relación a sus vinculaciones sociales y culturales mencionados. 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 tienen la posibilidad de conectarse de otra manera con el entorno.
- § Tienen a la felicidad como un objetivo en todo lo que se emprende.

Producciones por Escuela:

Escuela 2 Berisso

Audio

1) Un día en la vida de Mauro: El profesor que se preocupa y le llama la atención que Mauro llega tarde, no copia, se sienta solo y está como dormido. Los compañeros también se preocupan pero el profesor es el que le dice que tiene que seguir porque tiene que “progresar”. La temática del chico que trabaja y estudia y no rinde en la escuela y tampoco gana lo suficiente. El contenido: es el lema de “hay que seguir para adelante!” coincide en la temática con A nadie le importo.

2) A nadie le importo: la temática sobre como continúa la vida luego del secundario en cuatro situaciones frente al estudio y el trabajo. Situación 1 de las los padres que no apoyan a la chica que quiere estudiar. Situación 2 los padres que apoyan a la chica que no quiere estudiar y quiere andar *de joda*. Situación 3 el chico con currículum y que no consigue trabajo por falta de experiencia. Situación 4 la chica que consigue el trabajo pero la explotan

3) Documental: narra la situación donde los profesores hacen diferencias. Citas: “algunos son potus” y por otra parte una profesora que dice que el contexto, la droga, el alcohol y la marginalidad impiden generar un vínculo que “permite generar un proceso educativo en serio”.

Radio

Informe especial: contiene entrevistas a maestras y un pasaje donde hay un pibe pidiendo fuego y no le dan porque lo discriminan por ir a esa escuela. Es lo que se piensa de ellos afuera de la escuela, de la comunidad de Berisso hacia la escuela, (las maestras dicen que "los de afuera" dicen que a la escuela viene “la resaca”, tiene que ver con una construcción histórico-socio-geográfica, lo cual instituye como natural que esa escuela es la escuela de los fracasados y los marginados.

Radioteatro: los jóvenes deciden qué estudiar pero algunos deciden no seguir ninguna carrera. Brindan en un bar por el futuro en un bar. Cinco años después se encuentran y se comentan los frutos de sus decisiones, la conclusión del radioteatro es que estudiar no es lo

único importante en la vida, sino ser consecuentes con las propias decisiones; la chica que no estudió es feliz trabajando en su negocio tanto como la abogada.

Gráfica:

Periódico Mural: Ser jóvenes: Periódico mural puesto en el hall central de la Escuela. El tema del periódico es sobre cómo pasan los jóvenes su tiempo libre. Se basa en la idea de respetar la vida y el ejercicio de la autoresponsabilidad.

Escuela 22 La Granja

Audio

1- Los jóvenes y los prejuicios: introducción de un texto poético sobre los miedos de los jóvenes y sus problemas y los adultos que los estigmatizan y los juzgan . Luego se presentan tres situaciones donde los jóvenes dan muestra de que esa es una apreciación equivocada porque ayudan a unas señoras que estaban barriendo, a otra anciana a cruzar la calle y limpian la escuela

2- A sus orígenes: sin dialogo, no muy largo, impacta por las imágenes llega a partir de los sentidos. Los chicos están atados a las computadoras en un mundo sin luz. Cada uno esta en una máquina aislados del mundo y de los otros. Un suceso: la caída de un vaso de agua, los transporta hacia otro mundo, un lugar originario lleno de luz, inmerso en la naturaleza. El video es una invitación a volver a la naturaleza, planteando una relación particular de los jóvenes con las tecnologías.

Radio

1. Radioteatro: El padre no le permite a su hija ir al cumpleaños de su mejor amiga. La chica decidió escaparse de la casa. La chica retorna al hogar y vuelve a reflexionar con su padre sobre la libertad y la responsabilidad de padres e hijos. Rescata la creatividad de los jóvenes y que ellos son el presente y no el futuro.
2. Radioteatro: los chicos se anotan en diferentes Facultades. A uno de ellos, Francisco, le gustaría estudiar música, pero a su madre le interesa que se anote en Derecho, por ello Francisco esta en una encrucijada muy importante en su vida. Sus amigos reflexionan junto con él. Pero Francisco discute con su madre y se va de su casa. Su madre lo busca desesperadamente, entendiendo la vocación de su hijo.

3. Documental sobre el trabajo: sobre la dificultad de los jóvenes a la hora de conseguir trabajo. Dice que los jóvenes son muy discriminados por su apariencia. Aparece el pedido de experiencia previa.

Grafica

- 1- Revista: Vida joven: una revista colorida sobre las actividades de la escuela Media 22, que también contiene notas de interés.
- 2- Revista: Joven Realidad: Revista con un tamaño pequeño, casi de bolsillo, también muy colorida. El tema central de la revista es sobre qué significa ser padres jóvenes, además tiene una nota sobre prevención de adicciones, centradas en el uso de drogas.

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 solo 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. 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, no solo se aprende motivadamente el contenido sino que se aprende a aprender de esa forma.

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 este 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.

BIBLIOGRAFÍA

1. Mata, María Cristina. *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva*. CCE La Crujía, Buenos Aires, 1994.
2. Kaplún, Mario. *El comunicador popular*, CEDEPO, Ed. Humanitas, 1987.
3. Gutiérrez, Francisco y Cruz Prado. *Pedagogía para la educación en derechos humanos*. ILPEC, Costa Rica, 1997.
4. Tesis Jóvenes Comunicación y Desarrollo local. Ceraso Cecilia y Retola Germán. FPyCS UNLP. 2000.
5. Prieto Castillo, Daniel. “*Mediación de Materiales para la comunicación rural*”.

[1] Docentes y estudiantes de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.

[2] Dependiente de la Secretaría de Comunicación y desarrollo comunitario de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.

[3] VER CD ROM Taller de Producción de mensajes en Lenguajes Gráfico, Radiofónico y Audiovisual

[4] Este trabajo se refiere a los procesos desarrollados en las Escuelas de Enseñanza Media Nro. 2 de la Localidad de Berisso y la Escuela de Enseñanza Media 22, en el Barrio de La Granja en la Ciudad de La Plata.

[5] Cfr. El Comunicador Popular, Autor: Mario Kaplún.

[6] Tesis Jóvenes Comunicación y Desarrollo local. Ceraso Cecilia y Retola Germán. FPyCS UNLP. 2000

[7] Si bien este taller fue realizado en las Escuelas no tenía un carácter obligatorio ni aprobatorio. La participación dependía del propio interés y compromiso de los talleristas.