

XVI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXXI Jornadas de Investigación. XX Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. VI Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. VI Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2024.

Podcast de orientación vocacional UBA. Un recurso técnico para acompañar a las juventudes en su orientación.

Quattrocchi, Paula, Virgili, Natalia, Flores, Claudia Rosana, Videla, Giselle y Yanella, Laura.

Cita:

Quattrocchi, Paula, Virgili, Natalia, Flores, Claudia Rosana, Videla, Giselle y Yanella, Laura (2024). *Podcast de orientación vocacional UBA. Un recurso técnico para acompañar a las juventudes en su orientación. XVI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXXI Jornadas de Investigación. XX Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. VI Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. VI Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-048/712>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/evo3/aK0>

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>.

PODCAST DE ORIENTACIÓN VOCACIONAL UBA. UN RECURSO TÉCNICO PARA ACOMPAÑAR A LAS JUVENTUDES EN SU ORIENTACIÓN

Quattrocchi, Paula; Virgili, Natalia; Flores, Claudia Rosana; Videla, Giselle; Yanella, Laura
Universidad de Buenos Aires. Secretaría de Relaciones Institucionales, Cultura y Comunicación.
Dirección de Orientación al Estudiante. Buenos Aires, Argentina.

RESUMEN

Al momento de construir su futuro, resulta indispensable que las juventudes adquieran y desarrollen las competencias necesarias para tomar decisiones y prepararse para afrontar las transiciones hacia los nuevos ámbitos educativos y laborales por vivir. Desde los enfoques actuales de la Psicología de la Orientación, con una mirada contextual, holística, preventiva y comunitaria, se plantea la importancia de acompañar estas transiciones y elaborar herramientas estratégicas que contribuyan a la orientación de las juventudes. En este trabajo se presentará la fundamentación, diseño e implementación de las primeras dos series del podcast de Orientación Vocacional de la UBA producido y realizado por las áreas de orientación vocacional (DOE y DOV) y la radio (Radio UBA) de la Secretaría de Relaciones Institucionales, Cultura y Comunicación de la UBA. Este podcast constituye un recurso técnico para la orientación vocacional que, desde las voces de los/as profesionales y de los testimonios de los/as jóvenes, aborda temáticas claves para orientarse y ampliar las representaciones sociales sobre el mundo de los estudios, la universidad y el trabajo; destacándose su potencialidad dada la pertinencia de su formato, que actualmente tiene un amplio consumo entre las juventudes y aporta una enorme accesibilidad a una mayor audiencia.

Palabras clave

Orientación vocacional - Podcast - Consumos culturales - Proyecto personal

ABSTRACT

THE VOCATIONAL GUIDANCE PODCAST OF THE UBA, A TECHNICAL RESOURCE TO ACCOMPANY YOUTH IN THEIR GUIDANCE PROCESSES
When considering and designing their own future, it is essential for young people to acquire and develop the necessary competencies to make decisions and to get prepared to face their transitions to new educational and work environments. Current approaches of Vocational Psychology, from a contextual, holistic, preventive and community perspective, states the importance of accompanying these transitions and developing strategic tools that contribute to youth guidance. In this paper it is presented

the foundation, design and implementation of the first two series of the Vocational Guidance podcast of the UBA, produced and carried out by the vocational guidance areas (DOE and DOV) and the radio (Radio UBA) of the Secretary of Institutional Relations, Culture and Communication of the UBA. This podcast constitutes a technical resource for vocational guidance that addresses key topics to guide and expand social representations about the world of studies, university and the world of work; from the experience of professionals and the testimonies of young people; enhancing its potential given the relevance of its format, which currently has wide consumption among youth. It also provides enormous accessibility to a larger audience.

Keywords

Vocational guidance - Podcast - Cultural consumption - Personal project

Introducción

El mundo actualmente se encuentra signado por altos niveles de incertidumbre, cambios constantes e inestabilidad. Las profundas transformaciones socioeconómicas así como el desarrollo incesante de la tecnología y las comunicaciones, plantean un escenario incierto, donde se reproducen desigualdades y se profundizan los procesos de exclusión (Neffa, 2003; Flores y otros, 2013).

En estos contextos inciertos, las trayectorias educativas y laborales dejaron de ser lineales y predecibles, y se empezaron a desarrollar a través de múltiples transiciones. La tarea de las juventudes de construir sus proyectos futuros se ve entonces complejizada y atravesada por modificaciones permanentes, lo que impacta en la construcción de la identidad de los sujetos, su manera de ver el mundo, los roles que ocupan y sus representaciones sociales (Aisenson, 2007; Virgili, N. y otros, 2023). La Psicología de la Orientación, en concordancia con su compromiso por dar respuesta a los contextos en los que se desarrollan las personas, se plantea, desde una mirada contextual, holística, preventiva y comunitaria, acompañar a las juventudes a afrontar estas transiciones hacia diferentes roles y ámbitos, y a favorecer su aprendizaje en la toma de decisiones a lo largo de

la construcción de sus trayectorias (Savickas, M, y otros, 2010; Guichard, J, 1995).

En este sentido, desde los enfoques actuales de la Psicología de la Orientación se implementan intervenciones con el objetivo de promover que los/as jóvenes aprendan a desarrollar distintas habilidades y competencias para transitar los diferentes cambios. Asimismo, se procura que adquieran una mirada reflexiva y crítica para evaluar los distintos aspectos que influyen en sus elecciones, construyan nuevos roles en los distintos ambientes en los que se insertan, desarrollen una búsqueda activa de la información que requieren para tomar sus decisiones y logren ampliar el conocimiento de sí para poder vincular sus elecciones con aquellas intenciones que reconocen para su futuro (Savickas, M, 2010; Pelletier, D. Dumora, B., 1984).

Dichas intervenciones tienen como objetivo interpelar las representaciones sociales que las juventudes tienen sobre distintas cuestiones, como el mundo de los estudios superiores, el trabajo, el futuro y las carreras, ya que las mismas guían la toma de sus decisiones. Las representaciones sociales, esas modalidades de pensamiento de sentido común que orientan la acción, definen cómo las personas piensan sus realidades y a sí mismos/as (Jodelet, 2002; Farr, R., 1986). Pueden influir tanto positiva como negativamente en tanto marcan el modo de concebir futuros posibles (o imposibles), lo que hacen que los sujetos tomen determinadas elecciones para avanzar (o no) en sus proyectos (Guichard, J, 1997). Es por ello que, en orientación vocacional, el trabajo de identificar, revisar, analizar críticamente y deconstruir dichas representaciones puede contribuir a ampliar el universo de posibilidades que cada joven considera al pensar en su futuro.

Los recursos técnicos para la orientación vocacional (RRTT) como modalidad de intervención

Junto a las intervenciones directas, ya sean individuales, grupales y/o comunitarias, en modalidad presencial o virtual, la orientación vocacional tiene también la posibilidad de desarrollar otro tipo de líneas de acción para lograr que cada vez más poblaciones puedan acceder a reflexionar y trabajar sobre su orientación.

Entre estas líneas de acción, se encuentra el diseño y elaboración de recursos técnicos para la orientación vocacional (RRTT). Los RRTT pueden ser materiales físicos, audiovisuales o virtuales -entre formatos posibles-, y presentan contenidos de orientación con la finalidad de acompañar a los/as orientantes en el proceso de construcción de sus proyectos. Su función va más allá de ofrecer un contenido determinado, dado que promueven una actitud activa y reflexiva en los/as destinatarios/as y de esta manera generan cambios o ampliaciones en los puntos de vista sobre distintas temáticas vinculadas al futuro (Virgili, N. y otros, 2021).

Los contenidos de los RRTT son especialmente desarrollados por psicólogos/as especialistas en orientación vocacional quienes, a partir de sus enfoques teóricos, saber técnico y experiencia, im-

primen huellas en el modo en que los mismos son presentados. Estas huellas sirven de guía para que aquellas personas que abordan los RRTT, cuenten con una orientación durante su recorrido. A su vez, cada sujeto que accede a un determinado RRTT, podrá asignarle sus propias significaciones, enriqueciendo los objetivos originales del mismo (Virgili, N. y otros, 2021).

El diseño y desarrollo de los RRTT se caracteriza por la selección, producción y elaboración de contenidos específicos, por la elección de un formato que resulte suficientemente apropiado y por la evaluación constante de la pertinencia de ese contenido y formato con los propósitos que llevan a desarrollarlo y con la población a la cual va dirigido (Virgili, N. y otros, 2021).

Dado que los RRTT son elaborados para abordar problemáticas de orientación de una población específica y delimitada, resulta crucial conocer en profundidad las demandas de orientación de dicha población y las características de la misma, para asegurar que tanto el contenido como el formato del RRTT resulten pertinentes. Por ejemplo, en el caso de las juventudes, poder analizar sus demandas en relación con la orientación vocacional y las situaciones dilemáticas comunes que plantean desde sus contextos de pertenencia, resulta indispensable.

En este acercamiento a las juventudes, se vuelve de suma importancia no solo la experiencia directa con los/as jóvenes sino también el estudio y análisis de múltiples aspectos que los/as caracterizan, como por ejemplo, sus consumos culturales actuales.

Consumos culturales juveniles

Los consumos culturales hablan de las prácticas de uso y apropiación activa de elementos materiales y simbólicos de la sociedad y su estudio ha adquirido relevancia en las últimas décadas para conocer el comportamiento y características de los distintos grupos etarios. Los consumos culturales, si bien pueden contribuir a reproducir desigualdades y diferencias, también pueden constituirse en puntos de contacto e integración de la población que los ejerce (Pini, M., 2012).

Entre estos puntos en común, los estudios actuales refieren que entre la población joven los consumos culturales “digitales” y “audiovisuales” tienen un lugar de privilegio respecto de otro tipo de consumo, si se los compara con otras poblaciones etarias (Ministerio de Cultura de la Nación, 2022). Particularmente, tienen una enorme centralidad: los consumos audiovisuales a través de plataformas en línea gratuitas o aplicaciones pagas, el uso de redes sociales y whatsapp y la elección del celular como terminal de consumo para escuchar música, ver películas y series, jugar videojuegos, leer, entre otros (Ministerio de Cultura de la Nación, 2017; Ministerio de Cultura de la Nación, 2022).

En este sentido, cabe resaltar que la velocidad del avance tecnológico en los consumos culturales también imprime una lógica de cambios constantes y acelerados en los formatos y estilos que son muy bien recibidos por el público más joven. El podcast, es un ejemplo de este aspecto. Es un tipo de formato sonoro que, en nuestro país, viene creciendo año tras año. Hacia el año

2022 se ubicó como el nuevo consumo cultural elegido por un 13% de la población argentina (Encuesta de Consumos Culturales, noviembre 2022-enero 2023) y dentro de esa franja, la edad que más escucha podcast va desde 18 a los 29 años con un 23%, seguida de el rango etario entre 13 y 17 años con un 16%. El podcast es un contenido sonoro novedoso que, su formato basado en la tecnología digital permite que su reproducción sea en base a la elección del individuo: en el momento, el tiempo y el lugar que decida. Asimismo, a la característica de novedad, se suma el anclaje con modos tradicionales de transmisión oral, fuertemente consolidados en nuestro país, con la trayectoria que ha desplegado la radiodifusión, con más de 100 años de historia.

Actualmente, la tecnología involucrada en estos consumos culturales digitales le imprime características novedosas a los procesos de comunicación involucrados en ellos, dado que los sujetos pueden dejar de ser consumidores pasivos para volverse prosumidores, es decir, participantes activos e inclusive creadores de nuevos contenidos.

Esta manera de pensar los procesos de comunicación se encuentra en línea con los enfoques teóricos que conciben la comunicación no como un modelo unidireccional de transmisión de emisor a receptor, sino como un proceso de creatividad donde los/as interlocutores/as intercambian el lugar de emisor/a y receptor/a de manera alternativa, dinámica y colaborativa (Kaplun, M., 1988).

Desde la perspectiva de la educomunicación, por ejemplo, la comunicación debe favorecer el ejercicio de la capacidad crítica, el análisis de los mensajes, la toma de postura en relación a ellos. En definitiva, promover la construcción de herramientas y competencias para que el sujeto adquiera una mirada crítica. Se propone así una relación dinámica entre educación y comunicación, considerando que los medios pueden contribuir a que las personas aprendan nuevas modalidades que potencien su participación comunicacional, apoyados en una mirada constructivista de la educación (Kaplun, M., 1998; Martín Barbero, J, 2002).

Por otra parte, son conocidos los trabajos que analizan a los medios de comunicación como una vía importante para la movilización de representaciones sociales (RS), en la medida en que los mismos impactan tanto en la construcción de las RS, en su reproducción y también en su posible modificación (Rodríguez Salazar, 2008). Por caso, las RS de las carreras, profesiones y oficios que circulan en la sociedad, y que muchas veces son determinantes en las elecciones vocacionales (Guichard, 1997), son tomadas por los medios masivos de comunicación, y dependiendo de cómo las transmiten, pueden reproducir estereotipos o por el contrario interpelarlas, ofreciendo alternativas y ampliando el conocimiento sobre estos objetos simbólicos. De esta manera, los medios de comunicación, tanto los tradicionales como los digitales, pueden ejercer una gran influencia en la construcción de la realidad de los sujetos, en la formación de la opinión pública y la construcción identitaria.

Teniendo en cuenta esta relación entre orientación, comunicación y educación, la Dirección de Orientación al Estudiante de la UBA (DOE) desarrolló, durante siete años consecutivos (2012-2019), el programa de radio “Volver al futuro”, con frecuencia semanal a través de Radio UBA 87.9. Este programa fue pionero en su campo por ser una de las primeras experiencias radiales dedicadas enteramente a la temática de orientación vocacional. El programa tenía como objetivo general que los/as interlocutores/as conozcan y reflexionen sobre distintos recursos y herramientas de orientación para el desarrollo de sus proyectos educativos y laborales. Se organizaba en distintas secciones que abarcaban desde la reflexión sobre temáticas vinculadas a la orientación, pasando por entrevistas a profesionales que permitieran ampliar el universo de posibilidades de las carreras, información relevante para la vida universitaria, hasta secciones que relacionaban la orientación vocacional con el arte (orientación y música, orientación y cine).

La evolución en las prácticas culturales comunicacionales juveniles hizo que se considerara de qué manera actualizar esta experiencia radial para favorecer que las poblaciones juveniles puedan acceder a contenidos de orientación vocacional en un “lenguaje” y formato que les sea familiar y que les permita encontrar acompañamiento para la construcción de sus proyectos. De esta manera se desarrolló y diseñó un nuevo RRTT.

Podcast Orientación Vocacional UBA: dos series para pensar el futuro

El análisis del contexto actual, las poblaciones juveniles con sus características y sus demandas variadas de orientación, y el compromiso de la Universidad de Buenos Aires con la función social que cumple, llevó a la Secretaría de Relaciones Institucionales, Cultura y Comunicación de la UBA, a través de la Dirección de Orientación al Estudiante (DOE) y el Departamento de Orientación Vocacional (DOV) de la Subsecretaría de Orientación Universitaria y Radio UBA, a proponer y desarrollar el diseño y elaboración de un nuevo RRTT: el Podcast de Orientación Vocacional UBA con sus primeras series “Claves para orientarse” y “Ser estudiante de la Universidad”.

El objetivo general de este novedoso RRTT es que los/as interlocutores/as cuenten con mayores herramientas para reflexionar acerca de sus proyectos de estudio y trabajo. Para ello, el podcast favorece que se vinculen con temáticas clave que les permitan reflexionar acerca de su propia situación respecto a su futuro; se informen acerca del mundo de los estudios, el trabajo y la vida universitaria; accedan, de manera sencilla, masiva y asincrónica, a material de orientación que los/as acompañe a atravesar sus transiciones; conozcan las propuestas de orientación vocacional y universitaria que ofrece la UBA y se informen sobre la oferta educativa, funcionamiento y estructura de la UBA. El podcast así se transforma en un recurso valioso para favorecer el desarrollo de las trayectorias de los/as interlocutores/as.

Cada episodio de las series aborda una temática en particular de

orientación vocacional, e incluye testimonios pertinentes tanto de pares como de profesionales, tips para seguir pensando así como información de interés sobre actividades de orientación vocacional que pueden resultar de utilidad para quienes quieran continuar trabajando sobre su futuro.

La elección de las temáticas que atraviesan las dos series tienen su razón en la amplia experiencia que la DOE y el DOV tienen en orientación vocacional, con la masiva y diversa población que participa de las múltiples líneas de acción ofrecidas, donde se plantean variadas situaciones de orientación. Todas las actividades son coordinadas por psicólogos/as especialistas en el tema, que sostienen una escucha activa y trabajan sobre aquellos dilemas que los/as jóvenes y adultos/as presentan en los diversos contextos que transitan. Esta gran cantidad de narrativas por parte de jóvenes con características heterogéneas y distintas, sumado al conocimiento experto, a los enfoques teóricos y al reconocimiento de la diversidad y de la subjetividad, permiten contar con material para elaborar contenidos que reflejen las diferentes situaciones por las que un/a joven puede estar atravesando. Así, al escuchar cada episodio del podcast, el/la interlocutor/a se identifica genuinamente con aquello que se va desplegando, y puede utilizar los contenidos y herramientas que se ofrecen para reflexionar y trabajar sobre su situación personal. Las dos series del Podcast abordan los dos pilares que la Psicología de la Orientación considera fundamentales para poder avanzar en toda construcción de proyectos: el autoconocimiento y la información sobre el mundo de los estudios superiores y el trabajo. Ambos aspectos permiten reflexionar sobre temáticas centrales como son la elección de carrera y la transición hacia los estudios superiores.

La serie “Claves para orientarse” aborda aquellas cuestiones a tener en cuenta para poder avanzar en el proceso de orientación personal, educativo y laboral, considerando distintas cuestiones como la diferencia entre intención y proyecto, qué significa elegir, cuáles son los aspectos que influyen a la hora de tomar decisiones, reflexiones acerca de la vocación y sobre los gustos e intereses y herramientas para la búsqueda de información, entre otras.

La serie “Ser estudiante de la universidad” se centra en la transición hacia los estudios superiores. Los episodios profundizan sobre la importancia de afrontar los cambios que se presentan, el rol del/la estudiante universitario/a, la organización del estudio, las diferencias entre la escuela secundaria y la universidad, los métodos de estudio, los vínculos en este nuevo ámbito, entre otras temáticas.

El proceso de producción del podcast Orientación Vocacional UBA se realizó en distintas etapas que incluyeron: la diagramación de las temáticas que se desarrollarían, el establecimiento de criterios a seguir para la elección de testimonios, la definición de la estructura del guión y la elección de la estética sonora (incluyendo recursos y acompañamiento musical). Además, se planificó la presentación y difusión del podcast a través de dis-

tintos canales (RRSS, afiches de promoción, gacetillas, y envíos masivos vía correo electrónico).

Las series del Podcast Orientación Vocacional UBA han tenido una excelente recepción por parte de la población destinataria, y la reproducción de sus episodios creció exponencialmente desde su lanzamiento a lo largo de los meses consecutivos.

Reflexiones finales

El podcast Orientación Vocacional UBA tiene su potencia no solo por su carácter accesible, asincrónico y masivo, sino también porque realiza una invitación a que los/as interlocutores/as reflexionen sobre sí, se informen y adquirieran herramientas para la construcción de proyectos, desde un contenido y formato que es pertinente a la población destinataria.

Pero además, esta potencialidad se ve multiplicada porque este RRTT, originalmente pensado para ser escuchado directamente por los/as interlocutores/as juveniles, puede ser incluido en distintos dispositivos de orientación vocacional, tales como talleres destinados a trabajar las distintas temáticas de los episodios, en líneas de acción de orientación en modalidad virtual o como material para ser utilizado en presentaciones digitales de consulta de información, por mencionar algunos ejemplos. También, pueden ser herramientas o disparadores para el trabajo que realizan los/as profesionales en las instituciones desde las cuales se acompañan a las juventudes en el desarrollo de sus trayectorias y/o tutores en las escuelas o como parte de los proyectos escolares de orientación, entre otros innumerables usos que pueden darle distintos actores que se dedican al acompañamiento de los/as jóvenes en la anticipación y preparación para su futuro. En este sentido, las posibilidades que brinda el formato podcast son múltiples y la decisión de llevar adelante este nuevo RRTT se convierte en una oportunidad inigualable para acompañar a los/as jóvenes en este mundo incierto para favorecer trayectorias más saludables y satisfactorias para los/as mismos/as.

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 Castorina, J.A.; Aisenson, D.; Elichiry, N.; Lenzi, A. y Schlemenson, S. (Coords). *Aprendizajes, sujetos y escenarios. Investigaciones y prácticas en Psicología Educativa* (pp. 71-95). NOVEDUC.
- Argentina, Ministerio de Cultura de la Nación (2017). Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017- Sistema de Información Cultural de la Argentina. <https://www4.hcdn.gob.ar/cultura/observatorio/pdfs/CPONSUMOS%20CULTURALES/ENCC%202017%20Informe%20General.pdf>
- Argentina, Ministerio de Cultura de la Nación (2022). Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2022. Sistema de Información Cultural de la Argentina, Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2023/05/encc_2023_informe_preliminar.pdf

- Farr, Robert M. (1986). Las representaciones sociales. *Psicología social*, II, Serge Moscovici (comp.). Paidós.
- Flores, C. R., Pereda, Y., Shaferstein, C. (Noviembre 2021). Programa Educación para la Orientación: Intervenciones institucionales en orientación vocacional en tiempos de incertidumbre y pandemia. En *Memorias XIII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVIII Jornadas de Investigación XVII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR*. <https://www.aacademica.org/000-012/809.pdf>
- Guichard, J. (1997). El tema de la pertinencia cognoscitiva en la información de los adolescentes acerca de las profesiones. *Psicología Iberoamericana*, V (1), 24-38
- Guichard, J. (1995). *La escuela y las representaciones de futuro de los adolescentes*. Laertes.
- 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), Paidós.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. De la torre.
- Martín Barbero, J. (2002). *La educación desde la comunicación*. Enciclopedia Latinoamérica de Sociocultura y Comunicación. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Neffa, J. (2003). *El trabajo humano. Contribuciones al estudio de un valor que permanece*. Buenos Aires, 2003.
- Pelletier, D. y Dumoré, B. (1984). Fundamentos y postulados para una concepción educativa de la orientación. Pelletier y Bujold et collaborateurs. *Pour une approche éducative en Orientation*. Gaétan Morin. 27-37 (Traducción: Lic. Gabriela Aisenson).
- Pini, M. E. (coord), Musanti, S., Kaufman, G. y Amaré M. B. (2012), *Consumos culturales digitales de los jóvenes de entre 13 y 18 años*. Buenos Aires: Educ-ar S.E.
- Reguillo Cruz, R. (2000), *Emergencia de Culturas Juveniles. Estrategias del Desencanto*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Rodríguez Salazar, T. (2008). *Sobre el potencial teórico de las representaciones sociales en el campo de la comunicación*. Universidad de Guadalajara, México. <http://www.scielo.org.mx/pdf//comso/n11/n11a2.pdf>
- Savickas, M., Nota, L., Rossier, J., Dauwalder, J.P., Duarte, M. E., Guichard, J., Soresi, S., Van Esbroeck, R., Van Vianen, A., E, M. y Bi-geon, C. (2010). *Construire sa vie (Life designing). un paradigme pour l'orientation au 21e siècle, L'orientation scolaire et professionnelle*, 39/1, 5-39.
- Tarullo, R. (comp.). *Jóvenes, medios y redes sociales : representaciones, usos y prácticas antes y durante la pandemia*. Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires. UNNOBA, 2021. ISBN 978-987-3724-60-2
- Videla, G. y Yanella, L. (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.
- Virgili, N., Flores, C., García, E., Moulia, L., Shaferstein, C. y Videla, G. (noviembre 2021). Recursos técnicos para la orientación vocacional: la Guía Práctica para la elección de carrera. *Memorias XIII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVIII Jornadas de Investigación XVII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR*. <https://www.aacademica.org/000-012/837.pdf>
- Virgili, N., Quattrocchi, P. y Cortijo, C. (2023). Abordajes y estrategias de orientación en la transición de la escuela secundaria a la UBA: experiencias del Departamento de Orientación Vocacional En Vercellino S. y Podré, P. (Dir). *Transiciones. Instituciones y subjetividades en los inicios de los estudios universitarios*. Editorial UNRN. 231-238. <https://books.openedition.org/eunrn/21023>
- Virgili, N. y Cortijo, C. (marzo de 2021). La transición a la vida universitaria en tiempos de pandemia: abordajes de orientación para ingresantes al Ciclo Básico Común de la UBA. *Congreso Internacional "Ingresos e ingresantes a la Universidad" Hacia una comprensión multidimensional de los procesos institucionales y subjetivos implicados en los inicios de los estudios universitarios*. Universidad Nacional de Río Negro, Río Negro, Argentina.