

La formación profesional y la orientación ocupacional con la prensa

Inmaculada Aznar Díaz
Granada

La formación profesional ocupacional pretende básicamente la inserción laboral de diferentes colectivos. El módulo de «orientación ocupacional», en este sentido, afronta la labor de facilitar, con el mayor éxito posible, la búsqueda activa de empleo. La prensa, como centro neurálgico de la noticia, se nos revela como un recurso imprescindible. Este trabajo es el resultado de una investigación sobre los anuncios en prensa, ya que éstos dan a conocer lo que exigen las empresas del mundo laboral y que, por ende, ha de repercutir en la formación de las personas.

En nuestro país, la formación profesional está dividida en tres subsistemas: la formación profesional «reglada», que forma parte del sistema educativo, y por tanto corresponde a las administraciones educativas; la «formación profesional ocupacional», que le corresponde a las administraciones laborales; y la «formación continua», que corresponde a los agentes sociales.

La formación profesional ocupacional (FPO) es una modalidad formativa cuyo objetivo general, como política de empleo, es potenciar la inserción y reinserción profesional de la población demandante de empleo, mediante la cualificación, recualificación o puesta al día de sus componentes profesionales. Está dirigida a jóvenes en busca de su inserción, a personas adultas que necesitan reinsertarse,

incluidas las mujeres, y finalmente, a colectivos específicos con especiales dificultades para la inserción o reinserción (Nuevo Programa Nacional de Formación Profesional, 1998-2002).

Todo programa de formación ocupacional debe incluir acciones dirigidas a que los alumnos participantes adquieran conocimientos, habilidades y destrezas que faciliten su inserción o mejora de posición en el mercado laboral.

Este tipo de acciones se desarrollan a partir de la orientación ocupacional, la cual está presente en los programas/cursos de FPO por dos vías: una corresponde al modelo formativo, en este, la orientación se imparte como contenido independiente de la materia propia del curso, se desarrolla en un momento determinado del mismo y lo imparte un profesional de la orientación; y la vía del modelo integrado, donde la

orientación se imparte como contenido propio de la materia del curso y es el propio formador quien lo imparte a lo largo de la acción formativa, de forma intencionada y transversal.

La orientación, en términos generales, va dirigida a todas las personas, trabajadoras y desempleadas, en tanto que quieran o tengan que introducir alguna modificación en su situación laboral, en ella se utilizan distintas técnicas, se motiva a las personas para acceder al empleo y la formación, y se les proporcionará información acerca del mercado laboral, la evolución de éste, ofertas formativas, y técnicas de búsqueda de empleo (Programa Libra, 1997).

Las técnicas de búsqueda de empleo son uno de los principales y más amplios contenidos que se desarrollan en orientación ocupacional; dentro de estas técnicas, las ofertas de empleo publicadas en prensa son una fuente de información básica, un recurso imprescindible en toda clase de orientación ocupacional; por ello, más adelante se hará mención a su uso didáctico dentro del ámbito de la orientación ocupacional en la FPO.

Hay que tener en cuenta que la integración de las técnicas de búsqueda de empleo pueden facilitar, pero nunca asegurar que el alumnado mejore su posición en el mercado laboral. Es decir, la orientación es el nexo entre los sistemas de formación y empleo, rentabilizando al máximo los recursos económicos y humanos.

Según Rotger y Roque (Aguaded y Martínez, 1998: 177), la prensa como auxiliar didáctico puede desempeñar diferentes funciones en el aula. En primer lugar, cumple una finalidad informativa, comentando y opinando sobre la realidad cotidiana y los acontecimientos diarios, y por tanto, acercando la realidad educativa al entorno y a la calle. Los periódicos también desarrollan una función compensadora ya que, frente a la insistencia de otros recursos, éstos ofrecen a las aulas un medio dinámico, contradictorio e implicado normalmente en opiniones ideológicas y sociales concretas. La prensa, además, desempeña una función de apertura al medio, complementaria como so-

porte de la práctica totalidad de las materias. Hay que destacar, por tanto, la versatilidad, accesibilidad y facilidad de uso que posee la prensa como complemento didáctico y la polivalencia de uso de ésta.

En la educación de adultos, la prensa suele ser un medio ideal para introducir a los adultos en la reflexión crítica sobre la realidad. Y en orientación ocupacional se presenta como uno de los recursos más idóneos para enfrentarse a una búsqueda activa de empleo; en esta búsqueda, hay que partir del análisis de las ofertas de empleo, de éste se pasará a elaborar una carta de presentación y un currículum adaptado a la oferta de modo que la persona pueda ser llamada para una entrevista y poder tener la oportunidad de incorporarse a ese puesto de trabajo.

Por ello, debe tratarse primero el análisis de los anuncios que aparecen en la prensa. Dentro de este análisis hay que tener en cuenta las informaciones que aportan; en la mayoría de ellos aparecen los datos de la empresa, datos del puesto del trabajo y datos del perfil de la persona candidata.

Del análisis de un número de ofertas de empleo de prensa, se ha podido comprobar que existen tres grandes apartados, los cuales deben de tenerse en cuenta como pasos a seguir a la hora de realizar un análisis de un anuncio de este tipo. Son los que se le suelen exigir al candidato, es decir, los requisitos, entre ellos: edad, nivel cultural y académico, vehículo, experiencia, conocimiento de idiomas, buena presencia, seriedad y profesionalidad, dedicación completa, carnet de conducir, disponibilidad para viajar, etc. En segundo lugar, lo que se ofrece: formación, contratos, posibilidades de promoción, estabilidad profesional, trabajo en equipo, incorporación inmediata... Y por último, lo que se solicita es: enviar currículum (fax, apartado de correos, e-mail), fotografía, llamar a un número de teléfono, presentarse en una dirección, etc.

El análisis realizado ha contado con una muestra de 19 anuncios de prensa sobre ofertas de trabajo publicadas en el Suplemento de Economía del periódico *Ideal* de fecha de 4 de

junio de 2000. Los datos extraídos de dicho análisis se agrupan en tres categorías, correspondientes a los pasos a seguir a la hora de hacer un análisis de anuncios de este tipo, son: requisitos, se ofrece, qué hacer.

En los gráficos se muestran los datos más significativos que forman parte de cada categoría en orden de prioridad respecto al análisis de las 19 ofertas.

Un anuncio tipo, según los tres parámetros analizados, sería el siguiente (*Economía Ideal*, 4 de junio de 2000):

TRABAJO DE ATENCION A TURISTAS

4 PUESTOS DE TRABAJO

SE REQUIERE:

- Mujer/hombre.
- Edad: 23 a 30 años.
- Conocimientos de 2 idiomas, a nivel de conversación y comprensión.
- Se valorará el conocimiento y comprensión de otros idiomas
- Espíritu de superación.
- Amabilidad y simpatía.
- Residencia en Granada.

SE OFRECE:

- Trabajo de media jornada en equipo joven.
- Remuneración fija e incentivos.
- Seguridad Social.
- Formación a cargo de la empresa.
- Ambiente de trabajo agradable.
- Adaptación a los horarios de estudio.

Enviar curriculum antes del 10 de junio de 2000 al Apartado 4.155 - 41080 SEVILLA

Los propios alumnos del programa de FPO, en el módulo de orientación ocupacional, deben analizar anuncios de periódicos que se les proporcionen, siguiendo los pasos marcados anteriormente y a partir de un análisis exhaustivo saber elaborar una carta de presentación para enviarla a aquellas empresas que hayan publicado algún anuncio de empleo que les interese.

La carta de presentación consta de cuatro partes:

- Presentación: hay que hacer referencia al anuncio al que se está contestando, periódico en que aparece y fecha.

- Explicar el interés propio por trabajar en la empresa y en el puesto de trabajo que ofertan.

- El deseo de concertar una entrevista para ampliar la información que consideren oportuna.

- Despedida cordial.

Hay que tener en cuenta que la carta de presentación debe ser breve, no pasar nunca de una página, escribirla a ordenador, no enviar fotocopia, firmarla, no olvidar poner la direc-

REQUISITOS	
1. Experiencia	27'659
2. Edad	23'404
3. Facilidad para la comunicación	17'021
4. Buena presencia	
4. Titulación	10'638
5. Idiomas	
5. Dinámico	
5. Distintas capacidades/habilidades	8'510
6. Incorporación inmediata	
6. Vehículo propio	
6. Motivación	
6. Trabajo en equipo	
6. Dedicación exclusiva	6'382
7. Lugar de residencia	
7. Espíritu de superación	
7. Disponibilidad inmediata	
7. Carnet de conducir	
7. Libre de Servicio Militar	
7. Conocimientos de informática	4'255
8. Otros	2'127
SE OFRECE	
1. Remuneración	31'372
2. Alta Seguridad Social	19'607
3. Tipo de contrato	
3. Formación a cargo de la empresa	15'686
4. Incorporación inmediata	13'725
5. Promoción	7'843
6. Integración empresa líder	
6. Discreción en proceso de selección	5'882
7. Trabajo en equipo	
7. Buen ambiente de trabajo	
7. Jornada	
7. Formación permanente	3'921
8. Otros	1'960
QUÉ HACER	
1. Presentarse en un lugar concreto un día y a una hora determinada	4'347
2. Enviar un currículum vitae/historia profesional y fotografía a un apartado...	52'173
3. Contactar entrevistas llamando a un número de teléfono indicado	43'478

ción y teléfono de contacto y dirigirse a la persona responsable de contratación.

La carta debe estar acompañada del currículum vitae, donde deben figurar los datos personales más esenciales, la experiencia profesional y extraprofesional, la formación (reglada y complementaria) y otros conocimientos como idiomas e informática. Debe ser escueto y estar bien presentado; es importante que uno se vea reflejado en él.

Tanto la carta de presentación como el currículum, deberán explicarse en el módulo de orientación ocupacional del curso de formación ocupacional de forma amplia utilizando para ello varias sesiones.

Siguiendo con la utilización de la prensa dentro del ámbito de la orientación ocupacional, se indican otros usos que se pueden hacer de ésta. Por un lado, están los bancos de noticias; se trata de hacer una recopilación de noticias, gráficas, fotos, etc., por parte de los alumnos/as del curso. Éstas deben ser de interés para todos ellos, según su formación y/o profesión. De esta manera, los alumnos se convierten, no en meros receptores de esas noticias, sino en transmisores de esa información a los distintos miembros del grupo, ofreciendo así una respuesta positiva a sus compañeros/as. De esta actividad se puede derivar otra, el panel del empleo, en donde se expongan todas las noticias, anuncios, gráficas... y al que pueda tener acceso todo el grupo.

Otra actividad iría dirigida a analizar la situación actual de la ocupación del curso, el perfil del trabajador que se requiere, el modo de trabajar en esa ocupación...; para ello, se deben de ver, por un lado, las ofertas de esa ocupación y las características de la misma en:

- Las ofertas de empleo que se anuncian en la prensa.

- Las páginas de economía y empleo de los diarios.

Y por otro, ver los cambios que se están

produciendo en esa ocupación por el impacto de las nuevas tecnologías, las nuevas formas de organización del trabajo y los procesos productivos. Para ello se consultarían:

- Revistas especializadas en actualidad económica: *Revista del Instituto de Estudios Económicos*, *Cinco Días*, etc.

- Las páginas de economía y empleo de los diarios.

Todos los alumnos deben de tener en cuenta, respecto a las ofertas de la prensa:

PROPORCIONAN

- Comodidad del «servicio a domicilio».
- Manera de informarse del «trabajo» que hay: qué piden y qué ofrecen.
- Seguridad de que se va a aceptar la recogida del currículum.

CONSECUENCIAS

- La competencia es dura, se entera casi todo el mundo.
- Constancia: leer varios y saber bien lo que piden.
- Ser consciente de la alta exigencia en la selección de los candidatos.

Referencias

AGUADED, J.I. y PÉREZ, M.A. (Coords.) (1994): *Enseñar y aprender la actualidad con los medios de comunicación*. Huelva, Grupo Pedagógico Andaluz Prensa y Educación.

AGUADED, J.I. y MARTÍNEZ-SALANOVA, E. (1998): *Medios, recursos y tecnología didáctica para la F.P.O.* Málaga, FACEP.

INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER (Ed.) (1997): *Programa libra. Formación de formadoras/es. Formación en igualdad*. Sevilla, Junta de Andalucía.

JIMÉNEZ, B. (1996): *Claves para comprender la formación profesional en Europa y en España*. Barcelona: EUB.

MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS EXTERIORES (Ed.) (1998): *Nuevo programa nacional de formación profesional*. Madrid, Ministerio de Trabajo y Asuntos Exteriores.

MORALES, J.A. (1994): «Prensa y formación ocupacional. Contribuciones al diseño macrodidáctico», en AGUADED, J.I. y PÉREZ, M.A. (Coords.) (1994): *Enseñar y aprender la actualidad con los medios de comunicación*. Huelva, Grupo Pedagógico Andaluz Prensa y Educación.

• *Inmaculada Aznar Díaz es maestra y psicopedagoga y becaria del Centro de Recursos de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada.*